

**STRATEGI *FUNDRAISING* DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA
TENGAH**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)**

Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Oleh:

Rizka Yasin Yusuf

131311034

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : www.fakdakom.walisongo.ac.id

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada.

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo

di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Rizka Yasin Yusuf

NIM : 131311034

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah

Judul Proposal : **Strategi *Fundraising* Di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Bidang Substansi Materi

Semarang, 28 Desember 2017

Pembimbing,

Bidang Metodologi dan Penelitian


Drs. H. Anasom, M.Hum.

NIP. 19661225 199403 1 004


Dr. H. Abdul Choliq, M.T., M.Ag.

NIP. 19540823 197903 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. HAMKA Km.2 (Kampus III) Ngaliyan Telp. (024) 7606405 Semarang 50185

SKRIPSI

STRATEGI *FUNDRAISING* DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH

Disusun Oleh:
Rizka Yasin Yusuf
131311034

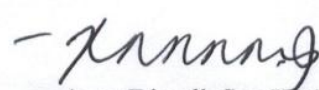
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 17 Januari 2018 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

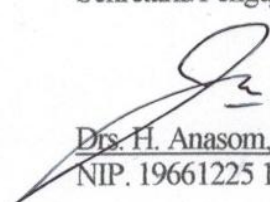
Ketua/Penguji I


Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag.
NIP. 19610727 200003 1 001

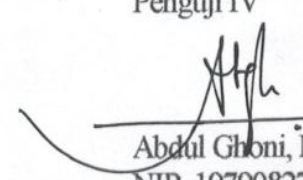
Penguji III


Agus Riyadi, Sos.I, M.SI
NIP. 19800816 200710 1 003

Sekretaris/Penguji II

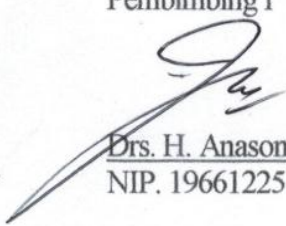

Drs. H. Anasom, M. Hum
NIP. 19661225 199403 1 004

Penguji IV

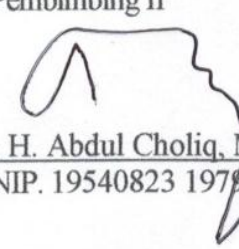

Abdul Ghoni, M. Ag.
NIP. 19790827 201101 1 007

Mengetahui

Pembimbing I


Drs. H. Anasom, M. Hum
NIP. 19661225 199403 1 004

Pembimbing II


Dr. H. Abdul Choliq, M.T., M. Ag
NIP. 19540823 197903 1 001

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada tanggal, 24 Januari 2018



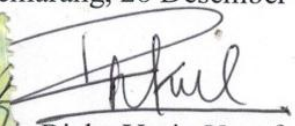

Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag.
NIP. 19610727 200003 1 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 28 Desember 2017




Rizka Yasin Yusuf
NIM 131311034

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah mari kita panjarkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang memberikan cahaya terang bagi umat Islam dalam mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Dakwah (MD) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Perjalanan penulisan skripsi ini telah penulis lalui, banyak hal yang bersifat godaan dan tantangan yang cukup menguras tenaga. Alhamdulillah akhirnya kerja keras membuahkan hasil dengan terselesainya skripsi yang berjudul “Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah”. Untuk itu tiada kata yang pantas penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah menaungi dan membantu proses penyusunan skripsi ini kecuali dengan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc., M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajarannya yang telah membantu proses belajar di Fakultas ini.
3. Saerozi, S.Ag., M.Pd. dan Dedy Susanto, S. Sos. I., M. S. I., selaku KetuaJurusandanSekretarisJurusan yang memberi arahanbagi kami.
4. Drs. H. Anasom, M.Hum.,selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. H. Abdul Choliq, M.T., M.Ag, selaku Dosen Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran tanpa mengenal lelah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen pengajar dan staf karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah membantu dalam penyelesaian proses perkuliahan, urusan birokrasi selama menuntut ilmu di sini.
6. Imam Baihaqi selaku *branch manager* Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan seluruh staf karyawan, yang telah meluangkan waktu dan menerima penulis menjadi bagian dari keluarga ini selama beberapa waktu lamanya.
7. Ayahanda, Ibunda, saudara dan seluruh keluarga besar bapak Asmuni dan ibu Masturiyah, yang senantiasa memberikan doa disetiap perjalanan penulis dalam menjalani hidup.

8. Keluarga besar Kordais, MD 2013, sahabat mushola an nur (Jatmiko, Kang Saeful, kang Jamil, bang Qudsi) dan kawan-kawan yang senantiasa menemani penulis meresapi arti kehidupan.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan dalam lembaran kertas kecil ini.

Semoga kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini mendapat balasan dari Allah SWT. akhirnya kepada Allah penulis berharap, semoga apa yang telah ada dalam skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis secara pribadi dan para pembaca pada umumnya. *Amin.*

Semarang, 28 Desember 2017

Rizka Yasin Yusuf
131311034

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini teruntuk mereka

Ayahanda Asmuni dan Ibunda Masturiyah, yang tak pernah lelah berjuang dan mendoakan anak-anaknya. Semoga skripsi ini dapat menjadi pelipur lara dan penyembuh atas seluruh duka yang tercipta selama ananda menuntut ilmu.

Saudara perempuanku, Nailil Karomah yang telah bersuami Ulil Albab, serta keponakan Galang Saikhul Bilad. Saudara laki-lakiku Khamid Sirojul Munir dan adik perempuan Maria Ulfa. Semoga persembahanku ini menjadi kemanfaatan, semoga pula kesuksesan bisa kita jemput sedari awal untuk kebahagiaan orang tua kita.

MOTTO

وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةٍ أَخِيهِ ، كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ

"Barangsiapa membantu kebutuhan saudaranya, maka Allâh Azza wa Jalla senantiasa akan menolongnya."(HR. Bukhâri)

ABSTRAK

Rizka Yasin Yusuf. 131311034. Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Kemiskinan menjadi masalah yang krusial sepanjang sejarah Indonesia. Pembangunan telah banyak dilakukan oleh pemerintah untuk mengurai kondisi tersebut, namun angka-angka kemiskinan setiap tahunnya masih cukup tinggi. Strategi pengentasan kemiskinan yang dicanangkan pemerintah belum bisa mengatasi kemiskinan yang ada sekarang. Perlu dicari cara guna mengatasi problematika tersebut. Salah satunya adalah implementasi manajemen zakat untuk mengentaskan kemiskinan dan memenuhi kewajiban pada mustahik. Strategi yang dipilih untuk mengoptimalkan zakat dalam pencapaian tujuan adalah dengan penggunaan strategi *fundraising* dalam penggalangan dananya. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan bagaimana kendala-kendala dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, karena penelitian ini lebih menekankan analisis terhadap suatu fenomena dan berorientasi untuk menjawab pertanyaan penelitian melalui cara berfikir formal dan argumentatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah menganalisis data tersebut dengan pendekatan manajemen strategi, dengan tahapan analisis yaitu reduksi data, penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah penggunaan metode dengan cara penerapan strategi *fundraising* dan kemitraan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat. Pencapaian ini tidak lepas dari kerja keras pihak karyawan dan para pendukung-pendukung Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dengan penyesuaian dari kebiasaan masyarakat dalam penggalangan dana membuat pengelolaan zakat semakin meningkat dan lebih baik lagi. Akan tetapi penyesuaian masih belum bisa maksimal apabila strategi-strategi baru tidak ditemukan untuk menggalang dana. Faktor penghambat dalam penggalangan dana ziswaf dapat teratasi dengan menggunakan manajemen strategi, strategi kemitraan dan strategi *fundraising*. Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan Manajemen Strategi untuk membuat pekerjaan menjadi terarah, Strategi Kemitraan bertujuan untuk menambah donatur yang loyal demi mengentaskan kemiskinan dengan cepat, menggunakan Metode *Fundraising* untuk penggalangan ziswaf dapat maksimal.

Salah satu kendala yang berat dialami oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang ziswaf. Pengetahuan zakat pada masyarakat menjadi penting karena penerimaan dana tergantung dari pemahaman donatur mengenai ziswaf. Maka dari itu faktor dari internal perlu dibenahi terutama pelatihan SDM agar lebih baik lagi dalam penggalangan dana ziswaf.

Key word: Manajemen Strategi, *Fundraising* zakat

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf-huruf Arab ke huruf-huruf latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṣā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Zāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع			

ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
ف	Gain	g	ge
ق	Fā’	f	ef
ك	Qāf	q	qi
ل	Kāf	k	ka
م	Lām	l	‘el
ن	Mīm	m	‘em
و	Nūn	n	‘en
هـ	Wāwu	w	w
ء	Hā’	h	ha
ي	Hamzah	’	apostrof
	Yā’	y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدة	ditulis	<i>‘iddah</i>

C. *Tā’marbūtah* di akhir kata

Semua *tā’ marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliya’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	<i>a</i>
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>zukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جَاهِلِيَّة	ditulis	<i>Ā</i> : <i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā' mati تَنْسَى	ditulis	<i>ā</i> : <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	ditulis	<i>ī</i> : <i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati فُرُوض	ditulis	<i>ū</i> : <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْل	ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُذِّدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْشُكْرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>Al-Qur’ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā’</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

1. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: al-Qur’an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *al-Hijab*.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	11
 BAB II Kerangka Teori: Strategi <i>Fundraising</i> di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah	 14
A. Strategi	14
1. Pengertian Strategi	14
2. Manajemen Strategi	16
B. Strategi <i>Fundraising</i>	19
1. Pengertian Strategi <i>Fundraising</i>	19
2. Strategi <i>Fundraising</i> Zakat	20
3. Tujuan <i>Fundraising</i> Zakat	21
4. Model <i>Fundraising</i> Zakat	23
5. Unsur-unsur <i>Fundraising</i> Zakat	26

C. Organisasi Pengelolaan Zakat	26
1. Pengertian Zakat	26
2. Organisasi pengelola zakat	27
BAB III Gambaran Umum Dan Strategi <i>Fundraising</i> Di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	30
A. Profil Lasnas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	30
1. Sejarah Singkat Dompot Dhuafa Jawa Tengah	30
2. Legalitas Dompot Dhuafa	32
3. Visi dan Misi Dompot Dhuafa Jawa Tengah	33
4. Struktur Organisasi	34
5. Pembagian Tugas.....	35
6. Program Kerja Dompot Dhuafa Jawa Tengah	37
B. Strategi <i>Fundraising</i> di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	45
1. Strategi <i>Fundraising</i> di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	45
2. Upaya Devisi <i>Fundraising</i> dalam mengembangkan Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	54
C. Faktor Pendukung dan Penghambat strategi <i>fundraising</i> Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	57
1. Faktor pendukung Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	57
2. Faktor penghambat Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	59
BAB IV Analisis Pelaksanaan Strategi <i>Fundraising</i>, Faktor Pendukung dan Penghambat di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah	60
A. Analisis Pelaksanaan Strategi <i>Fundraising</i> di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	60
1. Analisis Pelaksanaan Manajemen Strategi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah	62
2. Analisis Pelaksanaan Strategi Kemitraan	66
3. Analisis Pelaksanaan Strategi <i>Fundraising</i>	67
4. Analisis Majalah Mutiara Harapan	73
B. Analisis faktor pendukung dan pengahambat dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	74
1. Analisis faktor pendukung Dompot Dhuafa Jawa Tengah....	75
2. Analisis faktor penghambat Dompot Dhuafa Jawa Tengah.....	77

BAB V	Penutup	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	81
	C. Penutup	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Proses <i>Fundraising</i>	63
Skema 1.2 tingkat kepuasan.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penerimaan dana dari mulai tahun 2012-2016	66
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi	33
-------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemiskinan masih menjadi masalah klasik di negeri ini yang belum bisa terselesaikan. Banyak masyarakat Indonesia yang masih hidup di bawah garis kemiskinan, baik yang hidup di pedesaan maupun perkotaan. Problematika umat yang kompleks ini terbungkus lama dalam bentuk yang namanya kemiskinan.¹ Dalam hal demikian, salah satu agenda sosial untuk mewujudkan keseimbangan sosial dan ekonomi masyarakat adalah zakat. Zakat menghendaki kesejahteraan masyarakat dan pemerataan pendapatan, sehingga kekayaan tidak hanya terpusat dan berputar pada kelompok masyarakat tertentu saja. Zakat merupakan suatu mekanisme yang mengontrol keseimbangan atau stabilitas dalam dinamika masyarakat, yang juga diharapkan dapat meningkatkan atau menumbuhkan perekonomian baik di level individu maupun masyarakat.²

Zakat juga menjaga stabilitas hubungan antara golongan kaya dan golongan miskin, sebagai alat untuk sosialisasi bagi setiap individu dan tentu saja fungsi utamanya berperan sebagai ibadah bagi manusia sesuai dengan tuntunan Allah SWT.³ Zakat membuat tercapainya keseimbangan sosial antara si miskin dan si kaya. Maka dari itu, untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam, amanah, kemanfaatan, keadilan, kepastian hukum, terintegrasi dan akuntabilitas sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam pengelolaan zakat. Maka dari itu, di Indonesia dibentuklah Undang-Undang Pengelolaan Zakat Presiden Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011.

Berdasarkan Undang-Undang Presiden Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, menyatakan bahwa menunaikan zakat merupakan kewajiban bagi umat Islam yang mampu sesuai dengan syariat Islam; bahwa zakat merupakan pranata keagamaan yang bertujuan untuk meningkatkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat; bahwa dalam rangka meningkatkan daya guna dan hasil guna, zakat harus dikelola secara melembaga sesuai dengan syariat Islam.⁴ Ketentuan

¹ M. Zen, dkk, *zakat dan wirausaha*, (Jakarta: Centre Entrepreneurship Development, 2015), hlm. 46

² Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), hlm. 2.

³ Mustafa Edwin Nasution, Ketua Umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam, *Seminar "Potensi Lembaga Keuangan"*, Universitas Islam Negeri, Rabu 17 januari 2007, hlm. 2

⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

yang diatur dalam Undang-undang tentang pengelolaan zakat pada bab satu pasal satu nomor delapan, menyatakan bahwa “Lembaga Amil Zakat yang selanjutnya disebut LAZ adalah Lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan pengelolaan zakat secara nasional”. Lembaga Amil Zakat sangatlah penting dalam hal membantu pengumpulan zakat, yang mana lembaga ini sudah bertahan dari tahun ke tahun dan bisa bertahan dari perkembangan masyarakat.

Daya tahan yang luar biasa ini mampu mengalami perkembangan pasang surut organisasi dalam membiayai seluruh program dan operasional organisasi selama bertahun-tahun. Ada Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) yang memiliki dana cukup besar, karena para pencetus dan pendirinya telah menyediakan dana kegiatan organisasi yang cukup panjang. Namun ada juga OPZ yang hanya bermodalkan semangat untuk meraih mimpi mendapat simpati dan kepercayaan masyarakat dengan modal biaya yang sangat kecil sekali, bahkan bisa dikatakan tidak ada. Oleh karena itu, bagi organisasi pengelola zakat yang tidak memiliki dana awal yang cukup, maka pengumpulan dana untuk membiayai program dan kegiatan menjadi sebuah keharusan bagi organisasi tersebut.

Pengumpulan dana atau sering disebut *fundraising* adalah kegiatan yang sangat penting bagi lembaga pengelolaan zakat, infaq dan sedekah. Apabila kegiatan *fundraising* tidak dilakukan oleh sebuah lembaga pengelola zakat, bisa dipastikan kegiatan tidak akan berjalan dengan lancar. Karena *fundraising* ini tidak identik dengan uang semata, melainkan ruang lingkupnya lebih luas dan mendalam. Istilah *fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan atau tindakan menghimpun atau menggalang dana zakat, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok dan organisasi yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk mustahik.⁵

Penyaluran dan pendayagunaan dana ziswaf untuk mustahik dapat direalisasikan dalam berbagai program. Berbagai program dibuat untuk penerima zakat (mustahik) sesuai dengan surat at Taubah ayat 60 yakni fakir, miskin, amil, muallaf, memerdekakan budak, gorim, fisabilillah, dan ibnu sabil. Program ini bertujuan untuk mengangkat harkat dan martabat mustahik yang dibuat oleh Lembaga Pengelola zakat yang sudah berkompeten dan legal di Indonesia.

47. ⁵Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, (Jakarta: IMZ, 2006), hlm.

Salah satu Lembaga Pengelola Zakat di Indonesia yaitu Dompot Dhuafa Republika (DD) yang membuka cabang diberbagai daerah, telah menerapkan konsep *fundraising*. Maka dalam hal ini, proses *fundraising* diharapkan dapat menjadi konsep yang tepat guna sehingga dana dapat terkumpul secara maksimal. Tidak hanya itu, konsep *fundraising* diharapkan mampu menjadikan lembaga lebih berkembang dalam meningkatkan dana zakat. Pengembangan dan peningkatan dalam berbagai sisi akan terus digapai guna menjadikan manfaat yang lebih bagi masyarakat luas akan adanya LAZ Dompot Dhuafa Republika.

Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, perusahaan atau lembaga).⁶ Meluasnya cakupan wilayah kerja dan manfaat, Dompot Dhuafa membuka kantor cabang di beberapa wilayah, salah satunya adalah Jawa Tengah. Pada bulan Juni tahun 2012, resmi dibuka kantor cabang Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang beralamat di Jalan Abdulrahman Saleh No 199 D Manyaran Semarang. Dan pindah kantor yang baru di Jl. Pamularsih Raya No. 18B, Semarang, Jawa Tengah sejak tanggal 15 April 2017.⁷

Berkembangnya dinamika kehidupan di masyarakat yang semakin kompleks dan beranekaragam, membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah harus ekstra untuk mengikuti perkembangan zaman. Semangat untuk membantu *mustahik* agar meninggalkan jurang kemiskinan menjadi hal yang sangat dominan sebagai motivasi bekerja yang amanah. Akan tetapi, pengembangan strategi dalam hal penghimpunan dana harus disesuaikan dengan kondisi yang ada atau realita *muzaki* di daerah. Penyesuaian terhadap *muzaki* di daerah harus dibarengi dengan manajemen dan strategi yang baik untuk bisa berkembang dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, agar Dompot Dhuafa Jawa Tengah bisa dikenal amanahnya oleh masyarakat dan bisa membantu mengentaskan kemiskinan.⁸

Semangat dalam mengentaskan kemiskinan menjadi motivasi yang lebih bagi lembaga pengelola zakat. Banyak lembaga pengelola zakat yang muncul dan memiliki kriteria sendiri-sendiri khususnya di wilayah Semarang Jawa Tengah. Strategi dalam

⁶Sejarah berdirinya Dompot Dhuafa Replubika dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Dompot_Dhuafa_Republika, diakses pada tanggal: 2 mei 2017 pukul 21.40

⁷Sejarah Dompot Dhuafa dalam <http://jateng.dompetdhuafa.org/sejarah/> diakses tanggal: 2 mei 2017 pukul 21.50

⁸Wawancara dengan Imam Baihaqi, di Kantor Dompot Dhuafa Jawa Tengah, tanggal 13 Juni 2017

menggalang dananya juga berbeda-beda menurut kesepakatan dari lembaga tersebut. Sama-sama berada di kota Semarang dan memiliki program kerja untuk mengentaskan kemiskinan. Akan tetapi semua lembaga dapat berkembang dan mengena dihati masyarakat kota Semarang. Semua lembaga pengelola zakat memiliki strategi penggalangan sendiri-sendiri dan bahkan bisa jadi berbeda satu sama lainnya.

Beberapa strategi *fundraising* yang digunakan di beberapa lembaga pengelola zakat yakni dengan mempromosikan program pengentasan kemiskinan, menyebarkan kotak sedekah (kencleng), memberikan pengajian-pengajian rutin di majelis taklim, bekerjasama dengan berbagai mitra dan lain sebagainya. Strategi tersebut dimiliki berbagai lembaga amil zakat untuk menarik donatur sehingga menyalurkan dananya.

Tak terkecuali Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang memiliki strategi *fundraising* cukup unik dan berbeda dengan yang lain. Strategi tersebut adalah membangun mitra dengan lembaga atau yayasan yang sudah ada di kota maupun daerah. Tujuan dibangunnya mitra ini agar Dompot Dhuafa Jawa Tengah tidak dianggap sebagai pesaing dari lembaga yang lebih dahulu telah ada, akan tetapi Dompot Dhuafa Jawa Tengah lebih menginginkan untuk membangun masyarakat bersama agar pengentasan kemiskinan dapat teratasi secara maksimal.⁹

Salah satu yang menjadi pokok dalam hal kerjasama adalah Dompot Dhuafa Jawa Tengah bermitra dengan BMT (KSPPS) dan yayasan lokal yang dipercaya untuk mengelola dana zakat di daerah masing-masing. Kerjasama ini dibentuk dan disepakati oleh mitra sehingga menjadi ikatan yang dinamakan MPZ (Mitra Pengelola Zakat. Dana yang sudah terkumpul nantinya akan dikelola oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan MPZ, 10 persen dana yang dikumpulkan oleh MPZ akan diserahkan ke Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan tujuannya adalah untuk membuat program bersama. Harapan ini, akan mampu menjadikan program lebih besar pemanfaatannya di wilayah Jawa Tengah.

Diantara program tersebut salah satunya adalah pemberdayaan ekonomi pertanian, perkebunan dan mengacu pada potensi lokal yang ada di daerah. Setiap kawasan yang mempunyai potensi dikembangkan lagi dan bergilir di setiap daerah. Pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi ini menjadi daya tarik donatur dan masyarakat luas untuk setia dalam menyalurkan dananya di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

⁹ Wawancara dengan Imam Baihaqi, di Kantor Dompot Dhuafa Jawa Tengah, tanggal 13 Juni 2017

Kepercayaan donatur untuk Dompot Dompot Dhuafa Jawa Tengah ini tidak disia-siakan begitu saja karena hal tersebut akan menjadi dorongan untuk melaksanakan program selanjutnya. Segala bentuk dana yang di kumpulkan dan program-program yang telah dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah akan dilaporkan oleh donatur di dalam Majalah Mutiara Harapan. Majalah ini akan diberikan kepada donatur untuk menyampaikan bahwa dana yang telah dikumpulkan telah direalisasikan dalam berbagai program di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Majalah Mutiara Harapan berisi tentang informasi dan kegiatan yang telah dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Pelayanan ini membuat para donatur menjadi percaya kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah sehingga membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah tetap berkembang di tengah-tengah masyarakat Jawa Tengah.

Berangkat dari fenomena ini penulis bermaksud menjadikan strategi Dompot Dhuafa Jawa Tengah ini sebagai objek penelitian skripsi dengan judul **Strategi Fundraising Di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah?
2. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis susun, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui secara mendalam bagaimana strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat apa saja yang di alami oleh Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Sedangkan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk rujukan dalam proses perkuliahan di UIN Walisongo Semarang. Khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah, serta diharapkan bagi mahasiswa

lainnya dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi dalam menggalang dana bagi lembaga amal zakat.

2. Manfaat praktis

a. Bagi lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan dan bahan pertimbangan bagi Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan lembaga amal zakat lainnya dalam membuat strategi *fundraising* lembaga amal zakat di masa yang akan datang.

b. Bagi anggota

Bagi anggota hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam rangka mengetahui dan mengevaluasi segala proses manajemen strategi dalam menggalang dana bagi lembaga amal zakat Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi secara luas kepada masyarakat tentang lembaga amal zakat Dompot Dhuafa Jawa Tengah serta upaya-upaya dalam menggalang dana zakat.

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari plagiarisme dan kesamaan, maka berikut ini penulis sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut :

1. Dewi Mayang Sari, Program Studi Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan penelitiannya di tahun 2010 yang berjudul *Kajian Strategi Fundraising Bazis Provinsi DKI Jakarta Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana ZIS*. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan dokumen (*content analysis*) yaitu menggumpulkan data dan informasi melalui pengujian arsip dan dokumen. Pada penelitian tersebut Dewi Mayang Sari menggambarkan dan menjelaskan tentang strategi *fundraising* BAZIS Provinsi DKI Jakarta dalam pentingnya pengelolaan ZIS. BAZIS DKI selalu berinovasi dan mencari sumber-sumber zis baru, karena potensi zis di Jakarta masih belum banyak terjamah.
2. Penelitian Aprizal jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2015 tentang *Strategi*

Fundraising Dalam Meningkatkan Penerimaan Dana Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini tentang strategi *fundraising* dalam meningkatkan penerimaan dana zakat Lembaga Amil Zakat Al-Azhar Peduli Ummat. Dengan menerapkan strategi dalam membuat program, menyentuh hati donatur, memitrai perusahaan dan strategi membuat layanan baik, sehingga penerimaan dana zakat Al-Azhar Peduli Umat semakin meningkat tiap tahunnya.

3. Novianti Asiyah N.S Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tahun 2014 tentang *Mekanisme Fundraising Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Pada Lembaga Yayasan Dana Sosial Cabang Sidoarjo*. Penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif analitik dengan pola pikir induktif. Bahwa mekanisme yang dilakukan oleh YDSF terhadap donatur ada berbagai cara yaitu: diambil petugas juram (juru ambil), donatur datang ke kantor YDSF, donatur membayar kepada koordinator donatur, donatur mentransfer ke rekening bank, dan donatur bayar di gerai. Namun, pelayanan yang di berikan oleh YDSF kepada donatur lebih menitikbertakan pada petugas juram (juru ambil). Setiap bulan petugas juram ini mengambil dana donatur di rumah dan kantor para donatur. Adanya kelemahan dalam penghimpunan dana yaitu pemberian tanda terima yang kurang diperketat.
4. Helmi Program Studi D3 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau, Pekanbaru tahun 2014 tentang *Kajian Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaq Shodaqoh Muhammadiyah (Lazismu) Kota Pekanbaru Terhadap Peningkatan Pengelolaan Dana Zakat Infaq Shodaqoh (ZIS)*. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan pendekatan dokumen (*content analysis*). Strategi *fundraising* LAZISMU Kota Pekanbaru ini membuahkan hasil yang menguntungkan baik dari *muzaki* maupun mustahik dan LAZISMU Pekanbaru mendapatkan hasil dari program yang dimilikinya, hingga berkurangnya mustahik dilingkungan sekitar. Salah satunya adalah komunikatif, langsung menemui *muzaki*, penghitungan zakat, dan penyaluran zakat produktif. Dalam meyakinkan *muzaki*, amil zakat menjelaskan terlebih dahulu keutamaan-keutamaan dalam berzakat serta memberikan pengetahuan-pengetahuan tentang zakat. Jadi seorang amil harus memiliki pengetahuan yang lebih tentang zakat.

5. Sabar Waluyo Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2016. *Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah (Lazismu) Ajibarang Kabupaten Banyumas Dalam Mendapatkan Muzaki*. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan. Dalam pengumpulan data, penulis memperoleh data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dalam analisis data menggunakan teori Miles dan Huberman, yaitu mulai dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Bahwa strategi *fundraising* Lazismu Ajibarang dalam mendapatkan muzaki secara garis besar dikelompokkan menjadi dua bagian: yakni strategi *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Strategi *fundraising* seperti: *direct mail*, presentasi langsung, bayar langsung, jemput zakat ke pihak donatur, kotak infak atau amal, *counter* atau gerai, pemotongan gaji karyawan, dan kerja sama pemanfaatan atau penyaluran dana zakat. Sementara itu, strategi *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*) seperti: membuat brosur atau poster, membuat buku, jurnal atau majalah, membuat aksesoris, mengadakan *event*, dan *sponsorship*. Selain itu, faktor pendukungnya adalah Lazismu Ajibarang mempunyai jejaring yang jelas, mempunyai payung hukum yang jelas, dan mempunyai segmentasi donatur. Faktor penghambatnya adalah banyak pengurus yang belum mempunyai kesadaran, minimnya respon pimpinan, minimnya kapasitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Penelitian yang telah dilaksanakan di atas, memiliki persamaan dengan penelitian yang akan peneliti laksanakan. Persamaan dengan penelitian yang pertama, kedua, ketiga dan keempat adalah menerapkan strategi *fundraising* dan mengevaluasi strategi tersebut. Sementara dalam hal pendekatan strategis, penelitian ini sama dengan penelitian yang kelima.

Perbedaan dengan penelitian-penelitian di atas, yaitu belum ada yang meneliti tujuan *fundraising* zakat melalui melalui strategi *fundraising*. Penelitian yang pertama sampai lima hanya meneliti strategi *fundraising* dengan menggunakan beberapa strategi saja. Penelitian ini akan menjadi hal yang baru dari penelitian sebelumnya terutama masalah strategi *fundraising* zakat di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mana menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol, maupun deskripsi tentang suatu fenomena, dan disajikan secara naratif.¹⁰ Disebut metode kualitatif karena data yang dihasilkan merupakan analisis yang bersifat kualitatif atau kualitas dan bukan bersifat kuantitas atau jumlah. Data yang dihasilkanpun dalam penelitian kualitatif ini tidak menggunakan analisis statistika (perhitungan) seperti yang ada dalam penelitian kuantitatif.¹¹

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan stadi kasus. Studi kasus adalah penelitian mengenai subyek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan bagian. Subyek penelitian ini mencakup individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat yang ruang lingkupnya meliputi segmen atau bagian tertentu atau mencakup keseluruhan siklus kehidupan dengan penekanan faktor-faktor kasus tertentu maupun meliputi keseluruhan faktor-faktor dan fenomena-fenomena.¹²

2. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Yang dimaksud sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data itu dapat diperoleh.¹³ Data-data penelitian dikumpulkan penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian.¹⁴

a) Sumber data primer

Sumber data primer meliputi strategi *fundraising*, kendala-kendala menggalang dana ziswaf, dan profil Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian.¹⁵ Data yang dimaksud untuk mengetahui bagaimana strategi *fundraising* di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Data ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggalan data primer dilakukan melalui

¹⁰Muri A Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 392.

¹¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 14.

¹²Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), hlm. 127.

¹³Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian. Suatu pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 129.

¹⁴Sugiyono, 2009 hlm 137

¹⁵Jusuf Soewandi, *Pengantar Metodologi penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 147.

wawancara dengan pimpinan Dompot Dhuafa Jawa Tengah yaitu bapak Imam Baihaqi dan bapak Satriya Prajab selaku karyawan yang bekerja di Dompot Dhuafa Jawa Tengah bagian staff *fundraiser*.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh dari peneliti dari subyek penelitian.¹⁶ Sumber data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, profil lembaga, arsip-arsip, dokumen dan semua informasi yang berkaitan dengan strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

3. Teknik dan Pengumpulan Data

a) Observasi Non-Partisipan

Suatu bentuk observasi dimana pengamat (peneliti) tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok, atau dapat juga dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya.¹⁷ Kegiatan yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah akan diamati melalui foto kegiatan, dokumen-dokumen dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini, guna untuk melengkapi penelitian yang akan dibuat.

b) Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-Pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.¹⁸ Interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interview*) melalui komunikasi langsung, di mana pewawancara bertanya langsung tentang sesuatu objek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya.¹⁹ Wawancara akan dilakukan dengan pimpinan Dompot Dhuafa Jawa Tengah yaitu bapak Imam Baihaqi dan bapak Satriya selaku karyawan yang bekerja di Dompot Dhuafa Jawa Tengah bagian staff *fundraiser*. Data yang akan diambil dalam wawancara yaitu data yang berkaitan dengan 1) strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah. 2) kendala-kendala dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

¹⁶Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 79.

¹⁷Muri A.Yusuf, *Op. Cit., Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, hlm. 384.

¹⁸Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm

¹⁹Muri A.Yusuf, *Op. Cit., Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, hlm. 372.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen dapat berupa teks tertulis, *artefacts*, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita, disamping itu material budaya, atau hasil karya seni merupakan sumber informasi.²⁰ Data yang lainnya mencakup surat-surat pribadi, catatan pengadilan, berita koran, artikel majalah, brosur, buletin.²¹ Semua data tersebut akan dikumpulkan oleh peneliti yang berhubungan dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data mengikuti model analisis Miles dan Heberman. Analisis data terdiri dari tiga sub proses yang saling terkait, yaitu; reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan dan verifikasi. Proses ini dilakukan sebelum pengumpulan data, tepatnya pada saat menentukan rancangan dan perencanaan penelitian; pada saat proses pengumpulan data dan analisis awal; dan setelah tahap pengumpulan akhir.²²

a) Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

b) Penyajian data

Setelah data direduksi, kemudian langkah selanjutnya adalah mendisplay (menyajikan) data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan mendisplay data, akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya.

c) Kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan langkah terakhir. Tahap verifikasi dilakukan penetapan makna dari data yang tersedia.

²⁰Muri A.Yusuf, *Op. Cit., Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, hlm. 391.

²¹Deddy Mulyana, *Op. Cit., Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 195.

²²Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 330-

Penelitian diharapkan dapat menjelaskan rumusan penelitian dengan lebih jelas berkaitan dengan pelaksanaan strategi *fundraising* di laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Selanjutnya peneliti akan melaporkan hasil penelitian dengan mendeskripsikan melalui kalimat yang baik. Setelah peneliti mengumpulkan data kemudian disusun sesuai dengan kenyataan dan berdasarkan urutan dalam buku panduan, setelah itu menyederhanakan dan menyusun secara sistematis. Langkah selanjutnya adalah menjabarkan hal-hal yang penting untuk selanjutnya data diolah sesuai dalam sistematis penulisan dalam usaha memahami kenyataan yang ada dalam usaha menarik kesimpulan.

F. SISTEMATIKA PENELITIAN

Untuk memudahkan dalam memahami gambaran secara menyeluruh tentang penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika penelitian skripsi yang terbagi dalam tiga bagian, yaitu: Bagian Awal yang terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman persetujuan atau pengesahan, halaman pernyataan, halaman abstraksi, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi.

Bagian Utama yang terdiri dari:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memuat beberapa sub bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penelitian skripsi.

Bab II : Kerangka Teori

Bab ini merupakan bagian yang mencakup tentang kerangka teori dari skripsi ini. Adapun sub bab yang dibahas berkaitan dengan pengertian strategi, *fundraising*, dan organisasi pengelola zakat

Bab III : Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini terdiri dari uraian tentang objek yang diteliti, yakni Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan perihal profil Dompot Dhuafa Jawa Tengah secara umum, seperti sejarah berdirinya, visi misi dan tujuan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Selanjutnya akan menjelaskan bagaimana strategi *fundraising* di laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah serta kendala-kendala dalam menggalang dana.

Bab IV : Analisis

Bab ini berisi tentang analisa hasil penelitian mengenai bagaimana strategi laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana bagi organisasinya dan kendala-kendala dalam menggalang dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

Bagian akhir memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata peneliti.

BAB II

STRATEGI *FUNDRAISING* DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi dalam bahasa Inggrisnya *strategy*¹ berasal dari kata Yunani yaitu *strategos* yang artinya “*a general set of maneuvers cried out over come a enemy during combat*” yaitu semacam ilmunya para jenderal untuk memenangkan pertempuran.² Sedangkan dalam kamus Belanda-Indonesia, strategi berasal dari kata majemuk, yang artinya siasat perang. Istilah strategi tersebut digunakan dalam kemiliteran sebagai usaha untuk mencapai kemenangan, sehingga dalam hal ini diperlukan taktik serta siasat yang baik dan benar.³

Kata strategi bermula dari kalangan militer dan secara populer digunakan para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan yang dihadapi. Saat ini istilah strategi sudah digunakan di berbagai lini kehidupan dan dengan berkembangnya zaman pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya.⁴ Strategi bagi manajemen organisasi ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.⁵ Ada beberapa pendapat lain tentang pengertian strategi, antara lain:

- a) H. M Arifin. Med. Memberikan pengertian strategi adalah sebagai segala upaya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu untuk mencapai hasil secara maksimal.⁶
- b) Strategi didefinisikan sebagai garis besar haluan Negara bertindak untuk mencapai sasaran yang ditetapkan.⁷

¹Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Daftar Kumulatif Istilah*, (Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1994), hlm. 204.

²John M Bryson, *Perencanaan Strategis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hlm. XV.

³Datje Rahajoekoesoemah, *Kamus Belanda-Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hlm. 1388.

⁴Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 16.

⁵*Ibid*, hlm. 17.

⁶M. Arifin, *Ilmu pendidikan Islam, Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), hlm. 58.

- c) Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran tertentu.⁸

Secara garis besar, dapat disimpulkan pengertian “strategi” adalah segala bentuk upaya yang digunakan untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai, baik dalam bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan, sosial atau lainnya. Strategi tersebut digunakan untuk meningkatkan segala usaha pada perkembangan lain yang lebih baik dengan memaksimalkan kekuatan yang di punyai.

Strategi dasar dari setiap usaha-usaha itu mencakup 4 hal yang diungkapkan oleh Newman dan Logan sebagai berikut:

- a) Pengidentifikasian dan penetapan spesifikasi serta kualifikasi hasil yang harus dicapai dan menjadikan sasaran usaha dengan memperhatikan aspirasi dan selera masyarakat.
- b) Pertimbangan dan pemilihan jalan pendekatan yang ampuh dalam mencapai sasaran.
- c) Pertimbangan dan penetapan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam mencapai sasaran.
- d) Pertimbangan dan penetapan tolak ukur yang baku untuk mengukur tingkat keberhasilan.⁹

Setiap organisasi pastinya ingin menggapai keberhasilan dengan memaksimalkan SDM dan SDA yang sudah ada. Pastinya keuntunganlah yang ingin dicapai dari segala sisi dan mengurangi kegagalan organisasi. Untuk meminimalisir kegagalan yang akan terjadi selama kegiatan berlangsung, maka perlu adanya perencanaan yang sistematis. Yang dimaksud rancangan sistematis dalam sebuah organisasi tersebut yakni “Perencanaan Strategik”¹⁰

Hakikat dari perencanaan strategik dalam organisasi nirlaba adalah menentukan apa yang harus dicapai, serta bagaimana cara pemenuhan yang sesuai agar bisa terwujud sebagai tanggapan dari lingkungan yang selalu dinamis.¹¹ Perencanaan strategik mempunyai unsur-unsur yang terdiri dari visi,

⁷Tabrani Rusyah, Atang K., Zainal A, *Penekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*, (Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 1992), hlm. 209.

⁸Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, Cet II, 1989), hlm. 859.

⁹Tabrani Rusyah, *Penekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*, hlm. 213.

¹⁰Nawawi Hadari, *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), hlm. 148.

¹¹Michael Allison, Jude Kaye, terj, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hlm. 7.

misi, tujuan strategik dan strategi utama (induk) organisasi.¹² Perencanaan Strategis mempunyai proses yakni ;

- a) Memrakarsai dan menyepakati suatu proses perencanaan strategis.
- b) Mengidentifikasi mandat organisasi.
- c) Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi.
- d) Menilai lingkungan eksternal: peluang dan ancaman.
- e) Menilai lingkungan internal: kekuatan dan kelemahan.
- f) Menghadapi isu strategis yang dihadapi organisasi.
- g) Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.
- h) Menciptakan visi organisasi yang efektif bagi masa depan.

Delapan langkah ini harus mengarah pada tindakan, hasil dan evaluasi pada tiap-tiap langkah. Dengan kata lain, implementasi dan evaluasi tidak harus menunggu hingga akhir, tetapi harus menjadi bagian yang menyatu dan dilakukan secara terus-menerus.¹³

2. Manajemen Strategi

a) Pengertian Manajemen Strategi

Dari sudut etimologi (asal kata), penggunaan kata “strategi” dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategi organisasi. Menurut David Manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan.¹⁴ Manajemen strategi berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi.

Berikut ini beberapa pengertian manajemen strategi dari berbagai ahli:

- 1) Manajemen Strategi adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan

¹²Ibid hal 149

¹³M. Miftahudin, Terj. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 55-56.

¹⁴Fred R David, terj, *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 6.

strategi dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi.¹⁵

- 2) Manajemen Strategi adalah sebagai suatu seni dan ilmu dalam hal pembuatan (formulating), penerapan (implementing), dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya di masa yang akan datang.¹⁶
- 3) Manajemen Strategi adalah suatu proses yang digunakan oleh manajer dan karyawan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi dalam penyediaan customer value terbaik untuk mewujudkan visi organisasi,¹⁷

b) Tujuan Manajemen Strategi

Ada empat tujuan dari manajemen strategi menurut M Suwandiyanto yaitu:¹⁸

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi

Manajer strategi diharapkan mampu menunjukkan kepada semua pihak arah tujuan organisasi yang jelas agar dapat dijadikan acuan dalam bekerja dan akhirnya dapat dievaluasi dalam menentukan keberhasilan organisasi.

2. Mengantisipasi setiap perubahan yang merata

Melalui manajemen strategi memberikan kejelasan kepada pemimpin untuk siap sedia dalam menghadapi perubahan. Pemimpin sebisa mungkin menyiapkan pedoman dan pengendalian guna menghadapi perubahan yang akan datang sehingga kontribusi akan diberikan secara baik di waktu yang akan datang.

3. Berhubungan dengan efisiensi dan efektifitas

Manajemen strategi memungkinkan bagi manusia untuk memberi perhatian kepada pekerjaannya berjalan secara baik, efektif dan efisien.

c) Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu :¹⁹

¹⁵Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen*, (Malang: Banyumedia Publising, 2003), hlm. 3

¹⁶Husein Umar, *Riset Strategi Perusahaan*, (Jakarta: PT. GPU, 1999), hlm. 86

¹⁷Mulyadi, *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi Ketiga*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 40.

¹⁸<http://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-proses-manajemen-strategi.html> di akses pada 22/10/2017 pukul 20.00

1) Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi. Kegiatan ini bisa mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang serta ancaman internal dan eksternal organisasi, menemukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Cakupan perumusan strategi meliputi obyek baru yang akan dikerjakan, mengalokasikan sumber daya baik finansial maupun non finansial, memutuskan kebutuhan yang tepat dan memutuskan wilayah eksekusi dari perumusan strategi.

Organisasi juga harus menyiapkan strategi alternatif yang bisa memberikan dampak positif yang terbaik supaya kegagalan dapat ditekan sekecil mungkin. Dan yang paling utama untuk dilakukan adalah sebuah strategi harus memberikan keunggulan komparatif dan pada akhirnya bisa memberikan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, hal ini menjadi penting bagi manajemen strategi.

2) Pelaksanaan Strategi

Tahap kedua dari manajemen strategi adalah pelaksanaan strategi yang berarti meletakkan strategi menjadi kegiatan. Dalam konteks pelaksanaan strategi maka organisasi diharuskan untuk menetapkan sasaran, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi dapat dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, mengalokasikan sumber daya, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dengan kinerja organisasi.

Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategi. Pelaksanaan strategi sering dianggap tahap yang paling sulit dalam manajemen strategi menuntut disiplin, komitmen dan pengorbanan pribadi. Keberhasilan pelaksanaan strategi tergantung pada kemampuan

¹⁹Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), hlm. 6.

manajer untuk memotivasi para karyawan. Hal ini lebih merupakan seni dari pada ilmu. Kemampuan manajer dalam melimpahkan wewenang terhadap karyawan harus diberi batasan yang jelas. Kreatifitas karyawan juga perlu dikembangkan, karena tanpa adanya usaha dari karyawan kegiatan tidak akan bermakna. Oleh karena itu pembatasan wewenang yang jelas dan tegas harus dibuat untuk pengalihan wewenang dan tanggung jawab. Jangan sampai strategi-strategi yang dirumuskan tetapi tidak dilaksanakan tidak akan memberikan manfaat.²⁰

3) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam manajemen strategis adalah evaluasi dari strategi yang telah ditentukan pada awal kegiatan dalam organisasi. Evaluasi dilakukan di berbagai bagian dari sebuah organisasi, dari mulai kelembagaan organisasi sampai staff-staff organisasi. Para manajer harus benar-benar mengetahui alasan strategi-strategi tertentu tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, evaluasi strategi adalah cara pertama untuk memperoleh informasi. Semua strategi dapat diubah sewaktu-waktu karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah. Evaluasi strategi meliputi:

- (a) Mereview faktor-faktor internal dan eksternal yang merupakan dasar bagi setiap strategi yang sedang dijalankan.
- (b) Mengukur kinerja yang sudah dijalankan.
- (c) Mengambil sebuah tindakan perbaikan apabila terjadi ketidaksesuaian.

B. Strategi *Fundraising*

1. Pengertian Strategi *Fundraising*

Fundraising memiliki arti sendiri dalam kamus bahasa Inggris–Indonesia adalah pengumpulan dana, sedangkan orang yang mengumpulkan dana disebut *fundraiser*.²¹ Menurut Michael Norton mendefinisikan strategi *fundraising*

²⁰Sentot Imam Wahyono, *Manajemen Tata Kelola Manajemen Bisnis*, (Surabaya: Indeks, 2008), hlm. 61.

²¹Arman Marwing, “Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan *Fundraising Zakat*”, *Dalam Ejournal IAIN Tulungagung*, Vol. 02, No. 01, Oktober 2015, hlm.5.

“*Fundraising* strategy is a long term plan of action designed to achieve a particular fundraising goal”²²

Strategi penggalangan dana adalah rencana tindakan jangka panjang yang dirancang untuk mewujudkan tujuan penggalangan dana tertentu.

Dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan pengumpulan adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan; perhimpunan; pengerahan.²³ Menurut April Purwanto mendefinisikan *fundraising* sebagai proses memengaruhi masyarakat baik perseorangan sebagai individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi.²⁴

Fundraising dalam arti lain juga sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) dana tersebut akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional organisasi sehingga mencapai tujuannya. *Fundraising* dalam pengertian ini memiliki ruang lingkup lebih luas, *fundraising* tidak hanya mengumpulkan dana semata, melainkan dalam bentuk barangpun bisa dimanfaatkan untuk keperluan dan kepentingan lembaga.

Fundraising merupakan kegiatan yang sangat penting bagi lembaga atau organisasi nirlaba dalam upaya mendukung jalannya program dan jalannya roda operasional agar lembaga atau organisasi nirlaba tersebut dapat mencapai maksud dan tujuan yang telah digariskan.²⁵ Begitu pentingnya peran *fundraising* itu sendiri dapat dikatakan sebagai faktor pendukung organisasi dalam membiayai program dan membiayai kegiatan operasional organisasi. Program pada setiap lembaga dapat berjalan lancar karena, konsep dari *fundraising* adalah mencari dana.

Konsep *fundraising* itu sendiri berakar dan dikenal baik pada organisasi nirlaba, dimana penghimpunan dana dimaksudkan untuk membantu dalam

²² Michael Norton terj, *Menggalang Dana: Penuntun bagi Lembaga Swada Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 2002), hal 2

²³ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, hlm. 602.

²⁴ April Purwanto, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, (Jakarta: Teras, 2009), hlm. 12

²⁵ Atik Abidah, “Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo”, *Dalam Jurnal Stain Ponorogo*, Volume 10 No. 1 Tahun 2016, hlm. 6.

pencapaian tujuan organisasi. *Fundraising* berhubungan dengan kemampuan perorangan, organisasi, badan hukum untuk mengajak dan mempengaruhi orang lain sehingga menimbulkan kesadaran dan kepedulian mereka. Keharmonisan dengan orang lain harus dijalin agar mereka dapat menerima organisasi yang dimiliki. Dalam hal ini lembaga perlu membangun etika *fundraising* dengan mengacu pada misi lembaga.²⁶

2. *Fundraising* Zakat

Fundraising tidak identik dengan uang semata, ruang lingkupnya begitu luas dan mendalam, karena pengaruhnya sangat berarti bagi eksistensi sebuah lembaga apapun. Dana ZIS dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam rangka mengentaskan kemiskinan dan mempersempit jarak antara si kaya dengan si miskin. Oleh sebab itu, *fundraising* sangat memengaruhi dalam penggalangan dana di lembaga pengelola zakat.

Penghimpunan dana zakat boleh dikatakan selalu menjadi tema besar bagi organisasi pengelola zakat. Untuk menangkap dan menjemput “zakat” sudah mereka siapkan berbagai alat kerja lengkap dengan tabel-tabel kalkulasi zakat.²⁷ Adapun dalam konteks lebih kompleks, aktifitas *fundraising*, yaitu penggalangan dana atau daya akan dilakukan dengan manajemen pemasaran (marketing), motivasi dan relasi. Dalam hal ini pengalangan dana atau daya tidak hanya bersifat pemberian semata yang sangat dipengaruhi oleh pertimbangan calon donatur (muzaki). Dengan kata lain, *fundraising* pada sebuah organisasi pengelola zakat (OPZ) dapat diartikan sebagai segala upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana zakat, infaq, dan shodaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk *mustahik*.²⁸

Pengertian tersebut menunjukkan kedudukan *fundraising* menjadi tidak bisa ditawarkan lagi mengingat, dalam sejarah perkembangan pengelolaan nirlaba, khususnya organisasi-organisasi zakat terdapat hubungan erat antara kemampuan menggalang dana (*fundraising*) dengan jumlah dana yang dihimpun sekaligus kegiatan organisasi tersebut. Hal ini, dapat diartikan bahwa baik tidaknya sebuah

²⁶Darwina Widjajanti, *Rencana Strategis Fundraising*, (Jakarta : Piramedia, 2006), hlm. 4.

²⁷Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), hlm. 176.

²⁸Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI , 2009), hlm. 65.

organisasi pengelola zakat tetap berjalan dengan kegiatan-kegiatannya sangatlah bergantung pada proses *fundraising* yang selanjutnya dana yang diperoleh nantinya akan dipergunakan untuk membiayai kegiatan, program dan operasional organisasi.

3. Tujuan *Fundraising*

Adapun tujuan *fundraising* bagi sebuah organisasi zakat:²⁹

a) Menghimpun Dana Ziswaf

Tujuan utama dalam gerakan *fundraising* adalah pengumpulan dana. Sesuai dengan maknanya (*fundraising*) yaitu pengumpulan uang, namun yang di maksud disini bukanlah uang semata, tetapi merupakan dana dalam arti yang lebih luas, termasuk di dalamnya barang atau jasa yang memiliki nilai manfaat, meski dana dalam arti uang memiliki peran yang sangat penting, karena sebuah organisasi zakat tanpa adanya dana tentunya tidak akan bisa berjalan dengan baik, karena dalam operasional membutuhkan dana dalam arti uang. Sebuah organisasi zakat yang tidak dapat mengumpulkan uang dalam proses *fundraising*nya adalah termasuk organisasi yang gagal, meskipun dia memiliki keberhasilan yang lain.

b) Menghimpun Muzaki

Fundraising juga bertujuan untuk menambah jumlah *muzaki* atau donatur. OPZ yang baik adalah OPZ yang memiliki data pertambahan *muzaki* dan donatur tiap hari. Sebenarnya yang dibutuhkan adalah pertambahan jumlah dana untuk program-program mereka juga operasionalnya. Ada dua hal yang bisa dilakukan OPZ dalam hal ini, pertama; menambah jumlah sumbangan pada setiap donatur dan *muzaki*, dan yang kedua; menambah jumlah donatur atau *muzaki*.

c) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga, secara langsung atau tidak langsung.

Fundraising adalah garda terdepan dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Hasil informasi dan interaksi ini akan membentuk citra lembaga dalam masyarakat yang mengakibatkan dampak positif bagi organisasi. Jika dampak positif dapat ditunjukkan organisasi, maka dukungan akan mengalir dengan sendirinya.

²⁹Ahmad Juwaini, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, (Jakarta: Piramedia), hlm 5-7.

d) Menghimpun *volunteer* dan pendukung

Seorang atau kelompok orang yang telah berinteraksi dengan aktifitas *fundraising* yang dilakukan oleh sebuah Organisasi Pengelola Zakat, jika memiliki kesan yang positif dan bersimpati terhadap lembaga tersebut, dapat menjadi pendukung lembaga meskipun tidak menjadi muzaki. Kelompok seperti ini harus diperhitungkan dalam aktifitas *fundraising*, meskipun mereka tidak berdonasi, mereka akan berusaha melakukan dan berbuat apa saja untuk mendukung lembaga dan akan fanatik terhadap lembaga. Kelompok seperti ini pada umumnya secara natural bersedia menjadi promotor atau informasi positif tentang lembaga kepada orang lain. Kelompok seperti ini sangat dibutuhkan oleh lembaga sebagai pemberi kabar informasi kepada orang yang memerlukan. Dengan adanya kelompok ini, maka kita telah memiliki jaringan informal yang sangat menguntungkan dalam aktifitas *fundraising*.

e) Memuaskan muzaki

Kepuasan muzaki akan memengaruhi jumlah dana yang akan di donasikan kepada lembaga. Mereka akan mendonasikan dananya kepada lembaga secara berulang-ulang, bahkan mereka juga akan menyampaikannya kepada orang lain secara positif tentang kepuasannya, sehingga pekerjaan *fundraiser* menjadi lebih terbantu.³⁰ Disamping itu, para donatur yang loyal ini menjadi tenaga *fundraiser* alami (tanpa diminta, dilantik, dan dibayar). Oleh karenanya, keadaan ini harus diperhatikan, karena fungsi pekerjaan *fundraising* lebih banyak berinteraksi dengan muzaki, maka secara otomatis kegiatan *fundraising* juga harus bertujuan akan memuaskan muzaki.

Dari berbagai strategi tersebut, ada hal yang patut direnungkan oleh para lembaga nirlaba termasuk OPZ mengenai pernyataan Ekaterina Kim yang dikutip oleh Michael Norton dalam buku menggalang dana: “Menggalang dana adalah sebuah ilmu, tetapi aturannya lebih seperti seperti pelangi dari pada sebuah rumus. Anda harus melukis dengan paduan warna dan perasaan yang halus. Dan anda pasti sukses bila anda melukis dengan rasa kasih dan persahabatan”.³¹ Pernyataan tersebut Ekaterina Kim seakan menunjukkan bahwa *fundraising* bukan hanya soal strategi melainkan sebuah seni pendekatan yang lebih

³⁰Suparman, "Manajemen Fundraising Penghimpunan Harta Wakaf", 2009, dalam <http://bwi.or.id/index.php/ar/publikasi/artikel/394-manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-harta-wakaf-bagian-1.html>, diakses pada 16 april 2017

³¹Michael Norton terj, *Menggalang Dana*: , hal 11

menitikberatkan faktor psikologis dalam memahami donatur dan perilakunya dalam memberikan donasi.

4. Model Strategi *Fundraising*

Mengingat urgensi *fundraising* yang sangat penting, pelbagai organisasi amal zakat berupaya mencanangkan strategi *fundraising* yang kreatif dan inovatif demi menghimpun donasi sebanyak-banyaknya dan juga kelancaran program-program yang dibuat oleh organisasi. Merencanakan strategi akan mempermudah dalam langkah-langkah yang akan ditempuh selanjutnya. Setidaknya terdapat dua strategi atau model utama yang dipergunakan oleh organisasi nirlaba terutama organisasi pengelola zakat di dalam proses *fundraising*.

a) Strategi *Fundraising* Langsung (*direct fundraising*)

Strategi ini adalah dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan. Apabila dalam diri donatur muncul keinginan untuk melakukan donasi setelah mendapatkan promosi dari *fundraiser* organisasi, maka segera dapat dilakukan dengan mudah dan semua kelengkapan informasi yang diperlukan untuk melakukan donasi sudah tersedia. Sebagai contoh dari metode adalah: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

b) Strategi *Fundraising* Tidak Langsung (*Indirect Fundraising*).

Strategi tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa secara khusus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *Advertorial*, *Image Campaign*, dan penyelenggaraan *Event*.³²

Pada umumnya sebuah lembaga melakukan kedua model strategi *fundraising* ini (langsung dan tidak langsung). Karena keduanya memiliki kelebihan dan tujuannya sendiri. Strategi *fundraising* langsung diperlukan karena tanpa metode

³²Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* Dan Distribusi Dana Zis Di Upz Desa Wonoketingal Karanganyar Demak", dalam *Jurnal STAIN Kudus*, Vol. 10, No. 2, Agustus 2016, hlm. 7.

langsung, donatur akan kesulitan untuk mendonasikan dananya. Sedangkan jika semua bentuk *fundraising* dilakukan secara langsung, maka akan tampak donatur dan berpotensi menciptakan kejenuhan. Kedua metode tersebut dapat digunakan secara fleksibel dan semua lembaga harus mampu dalam mengkombinasikan kedua model strategi tersebut.

Lembaga Pengelola Zakat perlu melakukan kerja cerdas dan inovatif guna mendapatkan calon muzaki dan guna menghimpun dana ziswaf. Metode konvensional dengan menunggu dan hanya melakukan penggalangan dana pada saat puasa Ramadhan hanya untuk menghimpun zakat fitrah saja, sudah tidak cukup, perlu melakukan upaya jemput bola dan menggunakan teknologi informasi untuk menjaring calon muzaki dalam menggalang dana ziswaf. Penggunaan media baik sosial maupun cetak merupakan pilihan yang sangat diperlukan pada saat ini, karena masyarakat sudah sangat paham dengan media informatika dan telekomunikasi.

Eri Sudewo membagi manajemen pengumpulan zakat menjadi dua, yaitu manajemen penggalangan dana dan layanan donatur. Manajemen penggalangan dana yang dimaksud adalah:³³

a) Kampanye.

Proses kampanye adalah proses membangkitkan kesadaran pembayaran zakat.

b) Kerjasama Program.

Kerjasama bisa dilakukan dengan lembaga atau perusahaan lain yang berbentuk aktivitas *fundraising*.

c) Seminar dan diskusi.

Dalam sosialisasi zakat, galang dana juga dapat melakukan kegiatan seminar atau diskusi dengan tema yang relevan dengan kegiatan.

d) Pemanfaatan Rekening Bank.

Bermaksud memberikan kemudahan donatur menyalurkan dana.

Sedangkan manajemen pelayanan donatur yang dapat dilakukan antara lain:³⁴

a) Melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi.

b) Menerima keluhan donatur dan masyarakat luas.

³³Eri Sudewo, 2004, *Manajemen Zakat: Tinggalkan 15 Tradisi, Terapkan 4 Prinsip Dasar*, (Jakarta: Institute Manajemen Zakat), hlm. 190-200.

³⁴Eri Sudewo, Ibid, hlm. 201-204.

c) *Follow up* keluhan-keluhan yang ada.

Senada dengan yang disampaikan Eri Sudewo, kampanye menjadi salah satu bagian manajemen pengumpulan dana zakat. Langkah-langkah kampanye yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan sosialisasi melalui:³⁵

- a) Media massa
- b) Film dan Video
- c) *Leaflet/brosur/booklet*
- d) *Portalwebsite*
- e) *Billboard/banner/baliho/spanduk*
- f) Khutbah Jum'at
- g) Orientasi pengurus lembaga pengelola zakat
- h) Gerakan sadar zakat
- i) Desa binaan zakat

5. Unsur-unsur *Fundraising* Zakat

Agar calon muzaki dapat terpengaruh dan mau memberikan dananya kepada OPZ, maka OPZ perlu melakukan beberapa hal yang merupakan unsur-unsur *Fundraising*, yaitu:³⁶

a) Identifikasi Calon Donatur/Calon Muzaki

Pengenalan calon muzaki diperlukan untuk memperoleh gambaran tentang perilaku berderma calon muzaki. Dalam mengidentifikasi calon muzaki perlu adanya indikasi-indikasi untuk mengetahui calon muzaki. Misalnya, siapa donatur, apa yang menarik mereka berdonasi, kapan dan dimana menyumbang, berapa sering donatur menyumbang. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengidentifikasi donatur sehingga mempermudah dalam membuat strategi *fundraising*. Disisi lain, OPZ juga dapat memiliki database dari setiap muzaki.

b) Penggunaan Strategi *Fundraising*

Setelah mengidentifikasi calon donatur, OPZ dapat menentukan metode-metode yang tepat untuk menghimpun dana ziswaf dari muzaki. Pemilihan strategi yang tepat akan memperoleh hasil yang memuaskan.

³⁵Departemen Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, Standarisasi Manajemen Zakat, (Jakarta: tnp., 2007), hlm. 91-94.

³⁶Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, (Semarang: CV.Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 41.

C. Organisasi Pengelolaan Zakat

1. Pengertian Zakat

Zakat menurut *lughah* (bahasa), berarti kesuburan, kesucian, keberkatan, dan berarti juga mensucikan.³⁷ Zakat dari segi istilah berarti sejumlah harta tertentu yang diwajibkan Allah diserahkan kepada orang-orang yang berhak.³⁸

Tujuan zakat ada tiga, diantaranya adalah:

a) Tujuan zakat bagi muzaki

- (1) Zakat mensucikan dan membebaskan jiwa dari sifat kikir karena kecintaan terhadap harta.
- (2) Zakat membiasakan diri untuk berinfaq dan berbagi.
- (3) Zakat merupakan wujud rasa syukur kepada Allah SWT atas nikmat rizki yang telah diberikan-Nya.
- (4) Zakat mendatangkan kecintaan. Terdapat hubungan baik antar sesama.
- (5) Zakat mensucikan harta, (menghilangkan hak orang lain), harta yang halal bukan harta yang haram.
- (6) Zakat mengembangkan dan menambah harta.

b) Tujuan zakat bagi mustahik

- (1) Zakat membebaskan mustahik dari kesulitan yang menyimpannya.
- (2) Zakat menghilangkan sifat benci dan dengki.

c) Tujuan zakat bagi masyarakat

- (1) Zakat dan tanggung jawab sosial. Membantu sesama ikut dalam mengentaskan kemiskinan.
- (2) Zakat dan aspek ekonominya. Merangsang pemilik harta untuk selalu bekerja dan membagikan sebagian rizkinya untuk orang lain.
- (3) Zakat dan kesenjangan sosial ekonomi. Zakat dapat meredam kesenjangan ekonomi yang terjadi di masyarakat.³⁹

2. Organisasi pengelola zakat

Pengelolaan zakat yang baik dan nyata manfaatnya untuk mengentaskan kemiskinan *mustahik* maka harus dikelola secara manajemen dan aturan yang jelas. Maka dalam upaya mendukung penyempurnaan sistem pengelolaan zakat,

³⁷Hasbi Ash- Shiddieqy, *Pedoman Zakat*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 24.

³⁸Yusuf Qardawi, *Hukum Zakat*, (Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 2004), hlm. 34.

³⁹Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 16-21.

maka pemerintah membuat Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Di dalam Undang-undang tersebut, disebutkan bahwa pengelolaan zakat adalah kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengoordinasian dalam pengumpulan, pendistribusian, dan pendayagunaan zakat.⁴⁰ Pengelolaan zakat juga diatur dalam PP No. 14 tahun 2014, yang menjelaskan keberadaan OPZ pada setiap struktur BAZNAS, yaitu dari pusat hingga kabupaten atau kota.

Organisasi pengelola zakat dibagi menjadi dua, yaitu:

- a) Badan Amil Zakat (BAZ) BAZ adalah OPZ yang dibentuk oleh pemerintah. Hubungan kerja BAZ di semua tingkatan bersifat koordinatif, konsultatif, dan informatif. Pengurus BAZ terdiri dari unsur pemerintah dan masyarakat yang memenuhi persyaratan tertentu. BAZ terdiri atas unsur pertimbangan, pengawas, dan pelaksana.

Pembentukan OPZ pada BAZNAS pusat dapat dibentuk pada:

1. Lembaga Negara
2. Kementerian/lembaga pemerintah non kementerian
3. Badan Usaha Milik Negara
4. Perusahaan swasta nasional dan asing
5. Perwakilan Republik Indonesia di luar negeri
6. Kantor-kantor perwakilan Negara asing/lembaga asing
7. Masjid Negara

Pembentukan OPZ pada BAZNAS provinsi dapat dibentuk pada

- 1) Kantor instansi vertikal
- 2) Kantor satuan kerja perangkat daerah/lembaga daerah provinsi
- 3) Badan Usaha Milik Daerah Provinsi
- 4) Perusahaan swasta skala provinsi
- 5) Perguruan tinggi
- 6) Masjid raya

Pembentukan OPZ pada BAZNAS Kabupaten/Kota,

- 1) Kantor instansi vertikal tingkat Kabupaten/Kota
- 2) Kantor satuan kerja perangkat daerah/lembaga daerah Kabupaten/Kota

⁴⁰Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, BAB I Pasal 1 Ayat (1).

- 3) Badan Usaha Milik Daerah Kabupaten/Kota
 - 4) Perusahaan swasta skala Kabupaten/Kota
 - 5) Masjid, mushola dan nama lainnya
 - 6) Desa/kelurahan atau nama lainnya.
- b) Lembaga Amil Zakat (LAZ) Pengelolaan zakat dilakukan secara konseptual. Berdasarkan pengertiannya, manajemen adalah proses kegiatan melalui kerjasama orang lain dalam rangka mencapai tujuan tertentu.⁴¹

Syarat untuk menjadi lembaga amil zakat, adalah sebagai berikut:⁴²

- 1) Terdaftar sebagai organisasi kemasyarakatan islam.
- 2) Mengelola bidang pendidikan, dakwah dan sosial.
- 3) Berbentuk lembaga berbadan hukum.
- 4) Mendapat rekomendasi dari BAZNAS.
- 5) Memiliki pengawas syariah.
- 6) Memiliki kemampuan teknis, administratif, dan keuangan untuk melaksanakan kegiatannya.
- 7) Bersifat nirlaba.
- 8) Memiliki program dan pendayagunaan zakat bagi kesejahteraan umat.
- 9) Bersedia diaudit syariah dan keuangan secara berkala.

⁴¹Departemen Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, Standarisasi Manajemen Zakat, (Jakarta: tnp, 2007), hlm. 19.

⁴²Ahmad Furqon, *Manajemen Zakat*, hlm. 56.

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI *FUNDRAISING* DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH

A. Profil Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

1. Sejarah Singkat Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Awal Kelahiran Dompot Dhuafa bermula pada April 1993, yakni Koran Republika menyelenggarakan promosi untuk surat kabar yang baru terbit tiga bulan itu di stadion Kridosono, Yogyakarta. Tujuannya acara tersebut adalah di samping *sales promotion* untuk menarik pelanggan baru, acara di stadion itu juga dimaksudkan untuk menarik minat masyarakat Yogyakarta untuk membeli saham koran umum Harian Republika. Acara itu dikemas menarik sebagai gabungan antara dakwah dan *entertainment*. Hadir dalam acara itu Pemimpin Umum atau Pemred Republika Parni Hadi, Dai kondang Sejuta Umat yaitu (alm) Zainuddin MZ, Raja Penyanyi Dangdut H. Rhoma Irama dan staff pemasaran Republika.

Selepas acara tersebut, rombongan Republika diajak makan siang di restoran Bambu Kuning dan di situ bergabung juga teman-teman dari Corps Dakwah Pedesaan (CDP) di bawah pimpinan Ustadz Umar Sanusi dan binaan pegiat dakwah di daerah miskin Gunung Kidul, (Alm) Bapak Jalal Mukhsin. Dalam obrolan ringan sambil makan siang, pimpinan CDP melaporkan kegiatan yang mereka lakukan meliputi mengajar ilmu pengetahuan umum, ilmu agama Islam dan pemberdayaan masyarakat miskin. Jadi anggota CDP berfungsi *all-round*: ya guru, dai dan sekaligus aktivis sosial. Dari obrolan tersebut, terungkap bahwa gaji atau honor perbulan dari masing-masing pihak CDP hanya Rp. 6.000,-. Uang tersebut merupakan hasil penyisihan oleh para mahasiswa dari kiriman orang tua mereka. Sehingga Parni Hadi berujar untuk membantu teman-teman, yang kemudian Zainuddin MZ segera menambahkan bahwa dia bersiap untuk mencari dana.

Peristiwa itulah yang kemudian menginspirasi lahirnya Dompot Dhuafa Republika. Dari penggalangan dana internal, Republika lalu mengajak segenap masyarakat untuk ikut menyisihkan sebagian kecil dari penghasilannya. Pada 2 Juli 1993, sebuah rubrik di halaman muka Harian Umum Republika dengan tajuk “Dompot Dhuafa” pun dibuka. Kolom kecil tersebut mengundang pembaca untuk

turut serta pada gerakan peduli yang diinisiasi Harian Umum Republika. Tanggal ini kemudian ditandai sebagai hari jadi Dompot Dhuafa Republika. Dompot Dhuafa Republika adalah lembaga nirlaba milik masyarakat Indonesia yang berkhidmat mengangkat harkat sosial kemanusiaan kaum dhuafa dengan dana Zakat, Infaq, Shodaqah dan Wakaf (ZISWAF) serta dana lainnya yang halal dan legal, dari perorangan, kelompok, dan perusahaan atau lembaga.¹

Rubrik “Dompot Dhuafa” mendapat sambutan luar biasa, hal ini ditandai dengan adanya kemajuan yang signifikan dari pengumpulan dana masyarakat. Maka, muncul kebutuhan untuk memformalkan aktivitas yang dikelola Keluarga Peduli di Republika. Pada 4 September 1994, Yayasan Dompot Dhuafa Republika pun didirikan. Empat orang pendirinya adalah Parni Hadi, Haidar Bagir, Sinansari Ecip, dan Erie Sudewo. Sejak itu, Erie Sudewo ditunjuk mengawal Yayasan Dompot Dhuafa dalam mengumpulkan dan menyalurkan dana Ziswaf dalam wujud aneka program kemanusiaan, antara lain untuk kebutuhan kedaruratan, bantuan ekonomi, kesehatan, dan pendidikan bagi kalangan dhuafa.²

Profesionalitas Dompot Dhuafa yang sudah membaik dan mendapat kepercayaan dari masyarakat seiring meluasnya program kepedulian dari yang semula hanya bersifat lokal menjadi nasional, bahkan internasional. Tidak hanya berkhidmat pada bantuan dana bagi kalangan tidak mampu dalam bentuk tunai, Dompot Dhuafa juga mengembangkan bentuk program yang lebih luas seperti bantuan ekonomi, kesehatan, pendidikan dan bantuan bencana.

Pada 10 Oktober 2001, Dompot Dhuafa Republika dikukuhkan untuk pertama kalinya oleh pemerintah sebagai Lembaga Zakat Nasional (Lembaga Amil Zakat) oleh Departemen Agama RI. Pembentukan yayasan dilakukan di hadapan Notaris H. Abu Yusuf, SH tanggal 14 September 1994, diumumkan dalam Berita Negara RI No. 163/A.YAY.HKM/1996/PNJAKSEL. Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 38 Tahun 1999 tentang Pengelolaan zakat, Dompot Dhuafa merupakan institusi pengelola zakat yang dibentuk oleh masyarakat. Tanggal 8 Oktober 2001, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan Nomor

¹Sejarah Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompetdhuafa.org/> diakses pada tanggal 11/10/2017/11.05).

²Katalog *Dompot Dhuafa, “Menyantun Dhuafa, Menjalin Ukhuwah dan Membangun Etos Kerja”*, (Semarang: Dompot Dhuafa.2015), hlm. 2.

439 Tahun 2001 tentang PENGUKUHAN DOMPET DHUAFA REPUBLIKA sebagai Lembaga Amil Zakat tingkat nasional.³

Pengukuhan Dompot Dhuafa sebagai Lembaga Amil Zakat yang profesional menjadikan masyarakat semakin mengenal dan mendukung adanya lembaga ini. Dompot Dhuafa telah memiliki jaringan pelayanan yang berlokasi pada 21 provinsi di negara Indonesia dan 5 di mancanegara yakni Australia, Hongkong, Jepang, Korea Selatan dan Amerika Serikat. Seluruh kegiatan terlaksana dengan dukungan tercatat lebih 60.000 orang donatur loyal yang secara ekonomi mapan dan bersedia menyalurkan zakat di Dompot Dhuafa.

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi Ziswaf yang cukup besar adalah di Jawa Tengah. Dompot Dhuafa cabang Jawa Tengah diresmikan pada bulan juni tahun 2012 yang mempunyai kantor di Semarang tepatnya di Jl. Abdulrachman Saleh no 199 D Manyaran, Semarang. Dan pindah kantor yang baru di Jl. Pamularsi Raya No.18B, Semarang. Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga berlokasi di Purwokerto yang lebih fokus pada Layanan Kesehatan Cuma-Cuma. Untuk wilayah kerja Dompot Dhuafa Jawa Tengah mencakup seluruh area di Jawa Tengah.⁴

2. Legalitas Dompot Dhuafa

- a) Akta Pendirian Nomor 41 tanggal 14 September 1994 dibuat dihadapan H. Abu Jusuf, S. H., Notaris di Jakarta dengan Akta Perubahan Terakhir No. 2 tanggal 19 Juli 2004 yang dibuat oleh Herdardjo, Notaris di Tangerang.
- b) Persetujuan Operasi dari Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI Nomor 162/A. YAY. HKM /1996/ PN. JAK.SEL dan diperbaharui oleh Dirjen Administrasi Hukum No. C-HT.01.09-88, tertanggal 21 September 2004.
- c) Surat Keputusan Menteri Agama No. 439 Tahun 2001 tentang dikukuhkannya Yayasan Dompot Dhuafa Republika sebagai Lembaga Amil Zakat dan Shodaqoh (LAZ) tingkat Nasional.⁵

³Sejarah Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompetdhuafa.org/> diakses pada tanggal 14/10/2017/09.05).

⁴Sejarah Dompot Dhuafa dalam <http://jateng.dompetdhuafa.org/sejarah/> diakses tanggal: 2 mei 2017 pukul 21.50

⁵Legalitas Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompetdhuafa.org/legalitas/> diakses pada tanggal 11/10/2017/12.35).

3. Visi dan Misi Dompot Dhuafa Jawa Tengah

a) Visi

Terwujudnya masyarakat dunia yang berdaya melalui pelayanan, pembelaan, dan pemberdayaan berbasis pada sistem keadilan.

b) Misi

- 1) Menjadi gerakan masyarakat yang mentransformasikan nilai-nilai kebaikan.
- 2) Mewujudkan masyarakat berdaya melalui pengembangan ekonomi kerakyatan.
- 3) Terlibat aktif dalam kegiatan kemanusiaan dunia melalui penguatan jaringan global.
- 4) Melahirkan kader pemimpin berkarakter dan berkompetensi global.
- 5) Melakukan advokasi kebijakan untuk mewujudkan sistem yang berkeadilan
- 6) Mengembangkan diri sebagai organisasi global melalui inovasi, kualitas pelayanan, transparansi, akuntabilitas, independensi dan kemandirian lembaga.⁶

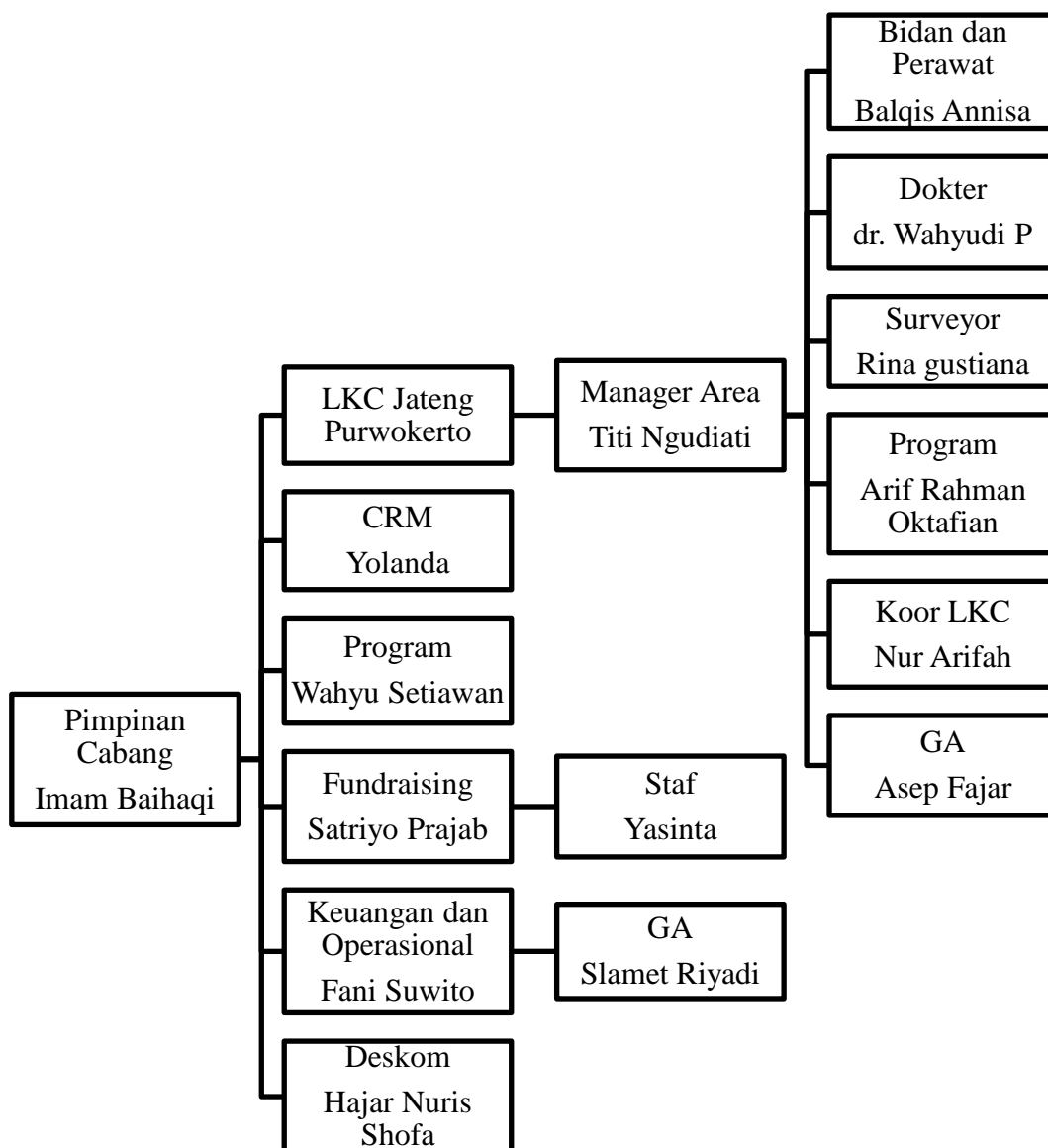
c) *Brand Value*

Dompot Dhuafa juga memiliki *Brand Value* untuk menunjang motivasi dalam bekerja yang profesional dan amanah. *Brand Value* yang dimiliki lembaga amil zakat nasional Dompot Dhuafa adalah INSPIRASI, adapun nilai-nilai yang termuat dalam INSPIRASI adalah sebagai berikut:

- 1) Islami
- 2) Universal
- 3) Peduli
- 4) Inovatif
- 5) Responsif
- 6) Amanah
- 7) Profesional

⁶Visi misi Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompetdhuafa.org/visi-misi/> diakses pada tanggal 11/10/2017/12.40)

4. Struktur Organisasi



Gambar .1 Struktur Organisasi Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Sumber: Dokumentasi Profil Dompot Dhuafa Jawa Tengah 2017

Keterangan:

CRM : *Customer Relation Management*

GA : *General Affair*

LKC : *Layanan Kesehatan Cuma-Cuma*

Deskom : *Desain Komunikasi*

5. Pembagian Tugas

Pembagian tugas harus di berikan dan ini sangat mendukung dalam melaksanakan tugas-tugas organisasi. Prinsip dari pembagian tugas ini adalah berat sama dipikul, ringan sama dijinjing. Setiap unit melakukan tanggung jawabnya masing-masing dengan kerjasama dari setiap unit yang lainnya. Adapun pembagian tugas dari setiap unit di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah:⁷

- a) Manajer Dompot Dhuafa sebagai pimpinan sekaligus pengawas, bertanggung jawab atas
 - 1) Pengambilan keputusan
 - 2) Koordinasi dengan pusat
 - 3) Bertanggung jawab atas cabang
 - 4) Menjalin kerjasama dan hubungan yang baik dengan mitra
 - 5) Perluasan jaringan
 - 6) Pengawasan
- b) Keuangan dan operasional memegang kendali penuh atas keuangan lembaga serta operasional lembaga, bertanggung jawab atas
 - 1) Laporan sumber dan penggunaan dana
 - 2) Laporan keuangan cabang
 - 3) Pengelolaan rekening
 - 4) Pengaturan kas keuangan
 - 5) Pencairan PPD
 - 6) Kontrol penggunaan dana
 - 7) Penghitungan dan pencairan gaji
 - 8) Supervise keuangan kantor Purwokerto
 - 9) Implementasi prosedur keuangan
 - 10) Pencegahan terhadap tindak penyalahgunaan dana
 - 11) Supervise OB dan GA
 - 12) Kerapihan dokumen administrasi keuangan dan HRD
 - 13) Laporan bulanan
- c) Program
 - 1) Realisasi dan money program
 - 2) Respon pengajuan *mustahik*

⁷Cucu Aeni, Skripsi, *Pendayagunaan Zakat, Infaq Dan Shadaqoh Melalui Program Dusun Jamur Dompot Dhuafa' Jateng*, (Semarang: UIN Walisongo, 2016), hlm. 80.

- 3) Pendataan penerimaan manfaat
 - 4) Pengelolaan kerelawaan
 - 5) Koordinasi dan realisasi program channeling pusat
 - 6) Koordinasi MPZ
 - 7) Laporan bulanan
- d) Fundraising

Tugas pokok staf *fundraising* yaitu mensosialisasikan zakat dan membangun kepercayaan *muzaki* terhadap Lembaga Amil Zakat serta menjalin kerjasama bersama donatur, baik donatur individu maupun kelompok atau perusahaan. Sedangkan tanggung jawab dari staff *fundraising*:

1) Penghimpunan dana

Hal pokok yang dikerjakan oleh *fundraiser* adalah menggalang dana agar program dan kelangsungan kegiatan dari lembaga dapat berjalan dengan baik. Penghimpunan dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan strategi *above the line* dan *bellow the line* yakni fundraising secara langsung dan tidak langsung sasarannya pada masyarakat secara umum. Cara lain yang dilakukan dengan bermitra dengan berbagai instansi yakni PBMTI (Persatuan Baitul Mal wa Takmil Indonesia) cabang Jawa Tengah, UPZ Nurul Barki (Perusahaan Indonesia Power), UPZ RSI Sultan Agung.

2) Pertumbuhan donatur

Selain menggalang dana, *fundraiser* juga harus mencari donatur baru yang bisa memberikan dana yang lebih banyak, sehingga banyak mustahik yang akan terbantu. Dengan bermitra dengan berbagai pihak salah satunya dengan PBMTI (Persatuan Baitul Mal wa Takmil Indonesia) cabang Jawa Tengah. Selain itu didukung dengan promosi lewat sosial media dan sering membuat program-program yang berbasis pemberdayaan, sehingga calon donatur menjadi tertarik dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

3) Sosialisasi ziswaf

Sebagian masyarakat muslim belum paham dan mau menyalurkan dana ziswaf. Tugas sosialisasi ini dilakukan oleh *fundraiser* untuk memberikan informasi, dorongan, ajakan untuk masyarakat supaya

tergerak hatinya untuk menyalurkan dananya di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan kampanye ziswaf, seminar dan diskusi, dan melakukan promosi lewat media sosial

4) Laporan bulanan

Pelaporan menjadi bahan yang sangat penting untuk menjadi tanda bukti dan bahan evaluasi agar ada kemajuan dan perbaikan supaya strategi menjadi lebih baik lagi. Pelaporan yang dilakukan yakni rencana yang telah terealisasi, dana yang telah masuk dari mana saja, dan upaya yang akan dilakukan selanjutnya.

e) CRM

Tugas pokok dari CRM adalah menerima tamu dan dokumen, menerima donasi serta pelayanan terhadap stakeholder yang menghubungi lembaga. Sedangkan tanggung jawab CRM yakni:

- 1) Penerimaan donatur
- 2) Pemeliharaan donatur
- 3) Pengelolaan ajuan langsung *mustahik*
- 4) Menerima tamu dan dokumen
- 5) Pengelolaan ruangan *front office*
- 6) Laporan bulanan

f) Desain dan Komunikasi

Tugas pokok dari Desain dan Komunikasi adalah dokumentasi kegiatan baik berupa gambar maupun video untuk kemudian dishare ke publik, juga pembuatan buletin lembaga. Adapun tanggung jawab dari Desain dan Komunikasi yakni:

- 1) Pembuatan desain komunikasi lembaga
- 2) Pengelolaan websait dan media sosial
- 3) Pembuatan berita dan artikel
- 4) Database dokumentasi lembaga
- 5) Pembuatan bulletin
- 6) Laporan keuangan

6. Program Kerja Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Sebagai lembaga yang lahir dari masyarakat, Dompot Dhuafa Jawa Tengah terus mengembangkan berbagai program yang terintegrasi dengan empat pilar utama, yakni kesehatan, pendidikan, sosial kemanusiaan dan ekonomi. Program-

program dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam 4 bidang tersebut diuraikan sebagai berikut:

a) Kesehatan

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam program kesehatan, mengembangkan berbagai program pelayanan kesehatan yang bertujuan untuk melayani mustahik dengan sistem yang mudah dan terintegrasi dengan sangat baik. Diharapkan dengan adanya program kesehatan yang menyentuh mustahik, maka kaum dhuafa dapat mempunyai kualitas hidup yang lebih baik dan lebih produktif. Beragam kegiatan tersebut adalah.

1) Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC)

Dompot Dhuafa Jawa Tengah memiliki Lembaga yang konsen pada kesehatan yakni Layanan Kesehatan Cuma-Cuma yang dikembangkan di Purwokerto, juga terkadang memberi perhatian kepada bidang yang lainnya jika memang dirasa perlu. LKC merupakan lembaga non profit jejaring Dompot Dhuafa Jawa Tengah khusus di bidang kesehatan yang melayani kaum dhuafa secara penuh melalui pengelolaan dana sosial masyarakat ziswaf dan dana sosial perusahaan.

2) Aksi Layanan Sehat (ALS)

Aksi Layanan Sehat, yaitu program pemeriksaan kesehatan secara bebas biaya di daerah yang sekiranya membutuhkan. ALS ini bertujuan untuk menjangkau dan memberikan kemudahan akses bagi masyarakat yang tinggal di wilayah kurang mampu, dan jauh dari akses fasilitas kesehatan.

b) Pendidikan

Dompot Dhuafa sebagai Lembaga Amil Zakat yang ikut ambil bagian dalam perjuangan mencerdaskan bangsa, mendirikan beberapa jejaring dengan beragam program pendidikan gratis serta beasiswa untuk siswa unggul tidak mampu. Dalam pendidikan tidak hanya menyentuh siswa dan mahasiswa, bahkan terdapat pula program untuk guru dan sekolah.

1) Smart Ekselensia Indonesia

Sekolah menengah berasrama, bebas biaya dan akseleratif, yakni hanya 5 tahun dari SMP hingga SMA. SEI berdiri sejak tahun 2004 di Parung, Bogor, didedikasikan untuk anak-anak dhuafa yang berprestasi di seluruh Indonesia. Sekolah bebas biaya tersebut dikelola oleh Dompot

Dhuafa Pusat, sedang pelaksana seleksi masing-masing dikelola oleh Dompot Dhuafa cabang di setiap daerah.⁸

2) Beastudi Etos

Program Beastudy Etos adalah program pendidikan bagi mahasiswa yang fokus pada investasi strategis sumber daya manusia untuk menghasilkan profil mahasiswa prestasi, islami, mandiri, kontributif, dan jiwa pemimpin. Beastudy Etos bekerja sama dengan 16 kampus Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Indonesia dari Aceh sampai Ambon. UNSYIAH Aceh, UNAND Padang, USU Medan, UI Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah Banten, IPB Bogor, ITB dan UNPAD Bandung, UNDIP Semarang, UGM Yogyakarta, UB Malang, ITS dan UNAIR Surabaya, UNMUL Samarinda, UNHAS Makassar, UNPATTI Ambon.

3) Program Makmal Pendidikan

Makmal Pendidikan adalah sebuah laboratorium pendidikan yang berusaha menjawab kebutuhan peningkatan kualitas guru dan sekolah melalui pelatihan guru, pendampingan dan forum Sahabat Guru Indonesia (SGI). Kegiatan program yang ada di Makmal Pendidikan adalah pendampingan sekolah, pelatihan guru, dan pusat sumber belajar.

c) Ekonomi

Kemiskinan merupakan masalah sosial yang telah lama dihadapi oleh bangsa Indonesia. Berbagai program dan kebijakan dari pemerintah yang telah dilakukan belum mampu sepenuhnya mengatasi masalah kemiskinan. Oleh karena itu, Dompot Dhuafa mendirikan divisi ekonomi dengan jejaring yang tersebar di hampir seluruh pelosok Indonesia dalam berbagai program usaha.⁹

Tujuan dari divisi ekonomi adalah mendampingi masyarakat melalui berbagai program yang disesuaikan dengan daerahnya masing-masing. Tujuannya agar tercipta lahan-lahan pekerjaan baru, serta masyarakat yang berdaya sehingga mereka dapat mandiri secara finansial. Harapan selanjutnya, Dompot Dhuafa mampu menjadi lembaga yang mempertegas

⁸Katalog *Dompot Dhuafa "Menyantun Dhuafa, Menjalin Ukhuwah dan Membangun Etos Kerja"*, (Dompot Dhuafa: 2015), hlm. 8

⁹http://www.dompetdhuafa.org/page/profil_economy/ind/8 diakses pada tanggal 13/10/2017/10.20.

bahwa zakat bisa menjadi solusi dari masalah yang dihadapi oleh masyarakat ini. Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam bidang ekonomi melakukan pemberdayaan yang terdiri dari dua jenis, yakni pemberdayaan ekonomi perorangan dan pemberdayaan ekonomi kelompok.

1) Pemberdayaan ekonomi perorangan

Program pemberdayaan ekonomi perorangan yakni Program Tenda Bangkit Dompot Dhuafa Jawa Tengah berdiri sejak Februari 2015, yang bertujuan untuk memberikan bantuan permodalan dan pendampingan kepada pedagang kecil atau orang yang ingin memulai usaha tetapi tidak memiliki cukup modal. Dengan harapan mereka dibantu akan bangkit dan memulai usaha dengan optimis. Program tersebut antara lain terdiri dari usaha Mendoan Bang Sidik dan Tahu Mercon, dengan sasaran mustahiknya adalah masyarakat miskin kota.

2) Pemberdayaan ekonomi kelompok

Program Kelompok Pedagang Makanan Sehat (KPMS), Dusun Jamur Truko, Kampung Buah Produktif, Kebun Sayur dan Kampung Ternak. Pemberdayaan ekonomi kelompok mempunyai sasaran masyarakat miskin pedesaan dengan pertimbangan berbagai faktor.

d) Pembangunan Sosial

Ada beberapa program yang digagas oleh Dompot Dhuafa Pusat, dan Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi pihak pelaksana.

1) Program Air untuk Kehidupan

Program ini menjawab atas keresahan yang terjadi di masyarakat akan kelangkaan air bersih akibat kekeringan. Program yang dilakukan adalah dengan membuat sumur bor maupun pipanisasi dari sumber air yang ada di wilayah yang membutuhkan. Dompot Dhuafa Jawa Tengah masih terus mencari lokasi yang mengalami kekeringan dan membutuhkan air bersih pada saat musim kemarau melanda. Tujuan dari program ini adalah agar masyarakat di saat musim kemarau datang tidak kesulitan mencari air bersih lagi.

2) Corp Dai Dompot Dhuafa (Cordofa)

Dakwah di Dusun Kalialang, Gunungpati, Semarang (rawan Kristenisasi), Dakwah di Lapas Wanita Semarang dan pengiriman dai

ambassador ke wilayah yang membutuhkan dan juga mengisi pengajian di perkantoran.

3) Rumah Tumbuh

Rumah Tumbuh, sebuah program baru yang diluncurkan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk mustahik yang masih memiliki rumah dengan kondisi yang tak layak huni. Dusun Kalialang baru Semarang menjadi awal dari program ini berjalan yang menjadi desa binaan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Sering melakukan beberapa kegiatan program di Dusun ini dan melihat kondisi pemukiman yang memang banyak rumah yang kondisinya tak layak huni menjadi salah satu alasan menjalankan program Rumah Tumbuh disini. Sebanyak empat Rumah sudah selesai dibangun dan masih ada banyak rumah tidak layak huni lainnya.

Dari permasalahan tersebut selain mengkampanyekan program Rumah Tumbuh secara langsung kepada masyarakat, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga memberikan kemudahan untuk mereka yang ingin berdonasi dan mendukung program Rumah Tumbuh melalui platform donasi online bawaberkah.org/@rumahtumbuhddjateng. Melalui platform donasi ini semoga banyak rumah tak layak huni bisa terbantu dalam program Rumah Tumbuh.

4) *Disaster management center* (DMC)

Wilayah Indonesia merupakan area yang rawan bencana yang diakibatkan jumlah penduduk serta letak geografis berada dalam *ring of fire*. Ini membuat upaya untuk persiapan penanggulangan sebelum dan sesudah bencana harus optimal untuk mengurangi resiko yang diakibatkan dari bencana tersebut. Salah satu unit aktivitas Dompot Dhuafa dalam bidang penanggulangan bencana berbasis informasi dan keahlian, serta jaringan relawan di seluruh Indonesia dan beberapa negara lain. Fungsi utama DMC adalah mitigasi, respon penyelamatan dan pemulihan-pembangunan kembali bencana yang tengah terjadi baik di dalam maupun luar negeri.

5) Program dari pusat

Untuk membantu bencana, membantu sosial kemanusiaan tingkat internasional, nasional, (Disaster Management Center) Dari Dompot

Dhuafa menggalang dana di daerah masing-masing dari dana yang sudah terkumpul kemudian dana tersebut akan disalurkan kepusat untuk kemudian disalurkan kepada daerah yang sedang membutuhkan.

6) Program dari cabang

Cabang membuat program sendiri dan mengelola dana sendiri untuk disalurkan kepada mustahik di wilayah cabang.

Selain empat program pokok tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga mempunyai program di Bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan menjadi bulan di mana masyarakat muslim gencar melaksanakan kebaikan (ibadah) karena banyak keutamaan di dalamnya. Dorongan untuk gerakan filantropi juga meningkat, sehingga Organisasi Pengelola Zakat terdorong membuat program untuk menyalurkan dana tersebut. Pendayagunaan dana zakat, infaq, dan shodaqoh yang diterima oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah di bulan Ramadhan dimanfaatkan untuk beberapa program sebagai berikut:¹⁰

a) Lapak Takjil Sehat Ramadhan

Setiap menjelang Bulan Ramadhan, kebutuhan akan menu untuk buka puasa tentunya sangat tinggi. Berangkat dari motivasi tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggagas program pemberdayaan dengan sasaran para pedagang kecil untuk menjual makanan dan jajanan buka puasa selama Bulan Ramadhan dengan konsep tenda di pinggir jalan. Kata “Sehat” dalam program tersebut menjadi penegas bahwasannya makanan berbuka yang diujakan itu berbeda dengan pedagang makanan lainnya, yang dinilai beberapa masyarakat kurang sehat.

Program pemberdayaan ini dibuat dengan memberikan modal kepada pedagang yang berhak, dengan harapan pedagang tersebut dapat menjadi penerima manfaat yang baik dan lepas dari status dhuafa. Bahkan jika antusias pedagang dalam menjalankan program tersebut dapat terbilang sukses, maka akan dipersilahkan untuk menjalankan program di luar bulan ramadhan.

b) *Tarhib* Ramadhan dengan *Majlis Ta'lim Al Hikmah*

Ramadhan sering kali dimanfaatkan oleh masyarakat muslim untuk mendekatkan diri dengan Allah SWT. Waktu dimana setiap kebaikan yang

¹⁰Katalog Program Ramadhan 1438 H Dompot Dhuafa Jawa Tengah

dilaksanakan akan mendapatkan pahala berkali lipat. Sehingga kegiatan di masjid, *majlis ta'lim* dan musholla menjadi ramai banyak yang mengadakan kajian-kajian ke-Islam-an.

Dengan tema “Bersihkan diri, sucikan hati, menuju kemenangan”, Dompot Dhuafa Jawa Tengah melaksanakan pengajian di *Majlis Ta'lim Al Hikmah* daerah Srinindito. Pengajian ini dilaksanakan dengan tujuan agar orang sekitar dapat memperdalam pengetahuan tentang agama. Kajian-kajian islami dilaksanakan dengan menggandeng ustadz yang mempunyai kapabilitas yang cukup agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat banyak untuk belajar agama.

- c) Amazing Muslimah (Pesantren Ramadhan di Lembaga Pemasyarakatan Wanita Semarang).

Amazing Muslimah merupakan kegiatan pembinaan, pelatihan dan pengajaran membaca al-Qur'an kepada muslimah yang menjadi penghuni Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Wanita Semarang. Bagi muslimah yang belum bisa membaca al-Qur'an dengan baik, maka diadakan pelatihan dan pengajaran baginya. Pendampingan dilakukan secara intensif agar pemahaman tentang agama menjadi lebih baik. Sedangkan bagi muslimah yang sudah mempunyai kemampuan membaca Al-Qur'an yang baik, maka didampingi agar dapat mempertajam kecerdasan spiritualnya dan kedekatan dengan Tuhannya.

Selain itu juga diadakan pengajian rutin satu kali dalam seminggu untuk memperdalam pengetahuan dan keyakinan dalam keberagamaan mereka. Semua ini dilakukan agar para penghuni di Lapas Wanita Semarang ketika sudah keluar menjadi lebih baik. Keberkahannya dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah bisa dinikmati dari semua kalangan baik mustahik sampai ke masyarakat lainnya termasuk yang sedang dalam masa karantina (narapidana).

- d) Rezeki Ramadhan

Selama Bulan Ramadhan masyarakat muslim diwajibkan untuk menahan hawa napsu dari rasa lapar dan haus dari fajar hingga petang. Dianjurkan untuk melaksanakan sahur dan bersegera ketika berbuka puasa. Namun tidak semua bisa merasakan nikmatnya berbuka dan melaksanakan

sahur seperti orang lain. Berangkat dari hal tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah bergerak untuk menggalas Program Rezeki Ramadhan.

Bekerja sama dengan Komunitas Mahasiswa Berbagi (Komaber), Dompot Dhuafa Jawa Tengah membagikan sejumlah kebutuhan pokok bagi masyarakat kurang mampu yang berlokasi di bawah *fly over* Cakrawala. Meskipun sedikit, namun terbersit harapan agar mereka dapat terpenuhi kebutuhan buka dan sahur selama bulan Ramadhan. Sehingga masyarakat dapat lebih khusyu' dalam menjalankan ibadah. Bukan hanya keluarga muslim saja yang memperoleh bingkisan, namun keluarga yang non muslim juga diberi. Hal ini dimaksudkan agar semoga kelak mereka tergugah hatinya untuk memeluk Islam.¹¹

e) Bersih Toilet Masjid

Masjid merupakan simbol dari kebesaran Islam dan sebagai tempat ibadah bagi umat Islam. Tentunya kebersihan dari masjid menjadi cerminan kepribadian seorang muslim. Namun saat ini sering kali ditemukan bahwa kamar mandi dan sekitar masjid dalam keadaan kumuh tidak terawat. Oleh karena itu Dompot Dhuafa Jawa Tengah mengadakan program Bersih Toilet Masjid. Semoga ke depannya masjid menjadi tempat pelaksanaan ibadah yang nyaman bagi semua pihak, sehingga ibadah menjadi lebih khusyu'.

f) Berbagi Nikmat Berbuka

Memberikan buka puasa kepada orang lain pahalanya sama seperti orang berpuasa. Hal tersebut tentu menjadi semangat bagi kaum muslim untuk saling berbagi buka puasa. Dengan dilaksanakannya program Berbagi Nikmat Berbuka, Dompot Dhuafa Jawa Tengah memberikan buka puasa bagi kaum dhuafa dan masyarakat kurang mampu lainnya. Ramadhan kali ini pelaksanaan program tersebut di khususkan bagi keluarga pasien yang kurang mampu, yang mendapat perawatan di bagian shelter Rumah Sakit Karyadi. Semoga dengan dilaksanakan program tersebut dapat mengurangi kesedihan atas apa yang dialami keluarga tersebut dan mampu meringankan bebannya.

¹¹Majalah Mutiara Harapan Edisi Juni-Juli 2016 *Kurbanesia Berlimpah Keberkahan*.

g) Santunan anak yatim

“Aku dan orang yang menanggung anak yatim (kedudukannya) di surga seperti ini, (kemudian beliau mengisyaratkan jari telunjuk dan jari tengah beliau, serta agak merenggangkan keduanya.” Oleh karena hadits tersebut menunjukkan bagaimana mulianya kedudukan orang yang menyantuni anak yatim. Dengan semangat Ramadhan, maka Dompot Dhuafa Jawa Tengah kembali menggelar santunan anak yatim.

B. Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

1. Manajemen Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Kegiatan pertama ketika membuat sebuah strategi adalah merencanakan apa saja yang harus dicapai. Perencanaan strategi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah dicita-citakan. Namun, semua yang telah direncanakan tidak ada jaminan dapat tercapai semuanya. Karena perencanaan strategis hanyalah konsep, prosedur dan alat. Ketika memutuskan untuk membuat sebuah strategi harus sangat hati-hati, karena tidak semua pendekatan memiliki kegunaan yang sama dalam situasi yang berbeda.¹²

Maka hal yang harus diperhatikan adalah melakukan survei dan diagnosa lapangan untuk menentukan strategi yang sesuai. Diagnosa adalah tahap merumuskan hakekat persoalan yang dihadapi organisasi. Dalam tahap ini dilakukan beberapa pengamatan terhadap gejala-gejala yang timbul dan menghubungkannya dengan aspek teknis, sosial, dan manajemen serta lingkungan organisasi.¹³

a) Perencanaan strategi

Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah bidang *fundraising* melakukan perencanaan strategi untuk memastikan donatur mana yang akan dituju. Misalkan potensi zakat di Jawa Tengah itu seperti apa, tingkat pendapatannya berapa, kemudian mencari lokasi perumahan-perumahan elit dimana saja. Setelah semua itu dilakukan, maka ditentukan strategi dan cara promosi yang tepat. Letak kantor Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang berada di Semarang yang masyarakatnya banyak bekerja di perusahaan sehingga

¹²John M. Bryson, terj, *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2005), hlm. 13

¹³Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandalika, *Kumpulan pikiran pikiran dalam pendidikan*, (Jakarta: Rajawali, 1982), hlm. 249.

kebanyakan mengkampanyekan zakat mal karena menyesuaikan muzaki yang ada.

b) Pelaksanaan Strategi

Efektifitas dalam menggalang dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah, hari besar Islam seperti bulan Ramadhan dan hari raya Qurban. Waktu bencana melanda di daerah seluruh Indonesia, penggalangan dana sering digencarkan untuk mengumpulkan dana sehingga bantuan dapat cepat disalurkan. Pada hari-hari biasa Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga melakukan penggalangan dana pada tanggal 25-5 di setiap bulannya, alasannya adalah sebagian donatur Dompot Dhuafa Jawa Tengah memperoleh hasil upahnya dalam bekerja.

Diluar tanggal 25-5 tersebut Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan strategi *fundraising* dengan metode Soft selling (memberikan testimoni sadar zakat) di berbagai media sosial yang dimiliki. Dan di dalam rentang tanggal 25-5 Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan strategi Hard selling (langsung mengajak bersedekah). Pada waktu ini yang diandalkan adalah staff dari Desain Grafis dalam mempromosikan dan mengajak bersedekah lewat media sosial yang dimiliki Dompot Dhuafa Jawa Tengah.¹⁴

Strategi pendataan dalam menghimpunan dana zakat (*fundraising*) di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan aplikasi yang diberi nama DESY (Dompot Dhuafa Enterpray System). Aplikasi ini sangat mudah digunakan dan bisa di download di aplikasi android (HP). Setiap kali transaksi penghimpunan dana langsung menggunakan sistem online yaitu dengan DESY. Caranya adalah ketika terjadi proses penggalangan dana, aplikasi DESY dibuka kemudian pilih jenis dana masuk apakah termasuk dana zakat, infak, shodakoh, zakat fitrah, atau wakaf. Tujuannya adalah untuk meminimalisir penggunaan kertas dalam pelaporan penggalangan dana sehingga mempermudah kinerja keuangan.¹⁵

c) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam manajemen strategis adalah evaluasi dari strategi yang telah ditentukan pada awal kegiatan dalam organisasi. Di dalam Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah evaluasi dilakukan untuk mengetahui

¹⁴Wawancara, Satriyo Prajap (ketua *Fundraiser*), 23 oktober 2017, pukul 16.10

¹⁵Wawancara, Imam Baihaqi (Brand Ambassador), 13 juni 2017 jam 09.04

kinerja dari berbagai bagian di dalam lembaga tak terkecuali *fundraising*. Evaluasi tersebut diberinama KPI (Key Performance Indikator) indikator keberhasilan akan di ukur dari pekerjaan di setiap individu, dan pengalangan secara keseluruhan.

Untuk devisi *fundraising* akan melakukan evalusasi setiap pekan, bulanan, satu semester atau enam bulan, dan tahunan diukur targetnya apakah sudah tercapai apa belum, tingkat keberhasilannya berapa untuk evaluasi. Sistem ini digunakan untuk memperbaiki pekerjaan, menertibkan pekerjaan, dan mengamankan pekerjaan, apabila ada kekurangan ditambahi apabila ada kerusakan diperbaiki.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam melakukan strategi *fundraising* berusaha menjalin kerjasama atau bermitra dengan lembaga-lembaga lain untuk menggumpulkan dana zakat. Tujuan dari pada kemitraan adalah masyarakat dapat mendapatkan akses seluas-luasnya untuk menyalurkan dana zakat, infaq, sedekah dan wakaf. Dengan adanya mitra-mitra disetiap daerah maka muzaki akan semakin dekat dalam memberikan donasinya dan akan merasa lebih dekat emosionalnya. Selain menggandeng mitra-mitra yang sudah ada, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga bekerjasama dengan supermarket dan minimarket yang ada di semarang khususnya.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan kerjasama dalam bentuk penggalangan dana dengan KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah) untuk program bersama. Dana yang sudah terkumpul nantinya akan dikelola mitra sendiri dan 10 persen dana yang diserahkan ke Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang tujuannya akan dijadikan program bersama. Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga kerja sama dengan berbagai lembaga salah satunya perusahaan Indonesia Power yakni setiap zakat dari karyawan Indonesia Power diberikan kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan dikelola dengan bentuk-bentuk program, dimulai dengan program pendidikan, kesehatan, sosial kemanusiaan dan ekonomi.

Selain itu, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga menerima pakaian layak pakai yang sekiranya masih bisa digunakan. Dompot Dhuafa Jawa Tengah menerima makanan ringan yang tahan lama tujuannya untuk diberikan pada saat ada

bencana di daerah maupun wilayah lain. Ini salah satu contoh dari program sosial kemanusiaan untuk membantu sesama.¹⁶

Semua program yang telah direncanakan Dompot Dhuafa Jawa Tengah akan berjalan lebih cepat karena adanya dukungan dari mitra-mitra. Maka dari itu kemitraan menjadi strategi utama dalam mengelola dana zakat dalam mengentaskan kemiskinan di wilayah Jawa Tengah.

a) Membangun Strategi Kemitraan

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam melakukan kegiatan penggalangan dana (*fundraising*) tidak bisa maksimal tanpa adanya pendukung atau mitra. Kerjasama ini dilakukan untuk menghimpun dana ziswaf yang selanjutnya dikelola dan disalurkan kepada mustahik. Banyak program yang sudah dilaksanakan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah bermitra dengan lembaga yang lainnya. Mitra Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga bersemangat untuk merealisasikan program yang sudah di buat.

Salah satu mitra Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah BMT (KSPPS) dan Yayasan yang ada di daerah Jawa Tengah. Kerjasama ini dilakukan dengan persatuan dari BMT yang diberi nama PBMTI (Persatuan Baitul Mal wa Takmil Indonesia). Kesepakatan kerjasama dalam penggalangan ziswaf dilakukan dengan PBMTI cabang Jawa Tengah. Setelah bekerja sama dengan organisasi persatuan BMT tingkat cabang Jawa Tengah. Kemudian anggota dari PBMTI menyambut baik dan sudah bermitra dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang tercatat sebanyak 66 KSPPS dan 1 yayasan.

Cara ini dilakukan untuk menambah akses kepada masyarakat sebagai penyalur dalam membayarkan zakat. Dengan slogan bersama kita menjadi kuat, itu yang membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah lebih semangat dalam menggandeng mitra-mitra yang loyal. Dengan bermitra maka aktifitas yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi lebih kuat dan berdampak pada mustahik yang banyak terbantu. Maka dari itu, terbentuklah mitra-mitra di kota-kota lain dengan nama MPZ (Mitra Pengelola Zakat).¹⁷

¹⁶Wawancara, Yasinta (staff fundraiser), 29/09/2017, 14.10

¹⁷Wawancara, Satriyo Prajap, 23 oktober 2017, pukul 16.10

Tujuan dari kemitraan dengan PBMTI ini adalah ingin menumbuhkan lembaga lokal agar Dompot Dhuafa Jawa Tengah tidak menjadi pesaing mereka. Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi *partner* untuk mendorong agar bisa tumbuh dan menggalang donasi di setiap daerah sehingga penggalangan zakat dapat terkumpul secara optimal. Caranya yaitu Dompot Dhuafa Jawa Tengah memberikan izin atau legalitas untuk menggalang dana ziswaf, karena mitra tidak bisa menggalang dana tanpa ada legalitas menurut undang-undang tentang pengolaan zakat. Jadi mitra diberikan legalitas untuk menggalang dana di masyarakat atas nama Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuat kerjasama program pemberdayaan yang monumental dengan sharing dana masing-masing mitra agar terkumpul banyak sehingga program pemberdayaan akan semakin besar. Caranya yakni dengan mengumpulkan 10% dari dana yang sudah terkumpul dari setiap KSPPS untuk diserahkan kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Ketika dana terkumpul maka Dompot Dhuafa Jawa Tengah akan membuat program meningkatkan potensi-potensi yang ada di daerah masing-masing. Pemberdayaan ini di dasarkan pada program pertanian, perkebunan, dan program yang berbasis kawasan dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada.

Misalnya di daerah Wonosobo Jawa Tengah yang wilayahnya pegunungan sejuk mempunyai potensi sayur yang petaninya masih berada di bawah taraf hidup. Maka dijadikan program kebun sayur yang tujuannya menaikkan taraf hidup petani dan brand daerah, dan mengembangkan daerah tersebut sebagai penghasil sayur yang berkualitas. Sistem yang digunakan dalam pemberdayaan ini adalah sistem Buttom Up. Jadi mereka para petani menyampaikan keluhan kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah, menyampaikan potensi, keunggulan, dan ide mengenai daerah mereka, kemudian didiskusikan dan Dompot Dhuafa Jawa Tengah menyurvei lokasi jikalau bisa dikembangkan maka akan dilanjutkan kerjasamanya. Dan potensi-potensi pemberdayaan yang ada di daerah lainnya akan selalu diangkat guna meningkatkan kualitas para petani dan masyarakat sekitar.¹⁸

¹⁸Wawancara, Imam Baihaqi, 13 juni 2017 jam 09.04

Setiap program ekonomi pemberdayaan yang dibuat oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan strategi bermitra. Program yang ada di wilayah Semarang menggandeng mitra yang ada di wilayah Semarang. Program yang ada di daerah menggandeng mitra yang ada di daerah. Beberapa program yang sudah terlaksana dengan mitra yang telah digandeng oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Sebagai berikut: ¹⁹

- 1) Kebun buah Suruh, Salatiga kerjasama dengan griya zakat Suruh dengan KSPPS.
- 2) Kampung Ternak di Mijen, Semarang menggunakan dana dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan UPZ RSI Sultan Agung Semarang.
- 3) Rumah Tumbuh bermitra dengan perusahaan Indonesia Power Semarang (LAZ Nurul Barki).
- 4) Membantu para pengungsi Rohingya bermitra dengan SMP Isriyati Semarang, Yayasan Al Firdaus Solo, PBMTI (Persatuan Baitul Mal wa Takmil Indonesia), Majelis taklim binaan Dompot Dhuafa Jawa Tengah, Masjid-masjid di Semarang.
- 5) Kebun Sayur (Asparagus) di Wonosobo kerjasama dengan PBMTI.
- 6) Kebun Kopi di Desa Kemloko, Temanggung dari dana Dompot Dhuafa Jawa Tengah bermitra dengan petani lokal di Temanggung.
- 7) Waralaba sosial di Semarang meliputi Tahu Mercon dan Mindoan Bang Sidik dengan BMPD (Badan Musyawarah Perbankan Daerah) cab. Semarang dan UPZ RSI Sultan Agung.
- 8) UMKM di desa Kalialang, Gunung Pati, Semarang bermitra dengan Perusahaan Indonesia Power Semarang (LAZ Nurul Barki).
- 9) Kantin Kontainer di IAIN Salatiga menggunakan dana dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan IAIN Salatiga.

b) Menggunakan Strategi *Fundraising*

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam upaya meningkatkan kualitas, kuantitas dan memperkenalkan kepada calon muzaki menggunakan strategi *fundraising*. Strategi tersebut digunakan untuk pengembangan pengelolaan ZIS agar dapat diperdayakan secara optimal. Dompot Dhuafa Jawa Tengah mengacu pada Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan

¹⁹Wawancara, Satriyo Prajap, 23 oktober 2017, pukul 16.10

zakat yang menghendaki adanya sosialisasi kepada masyarakat secara luas. Yakni dengan menggunakan metode efektif dan efisien, yang berarti efektif yaitu tepat sasaran, efisien tepat guna (irit).

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam mensosialisasikan lembaganya mempunyai beberapa teknik yang lebih efisien dan intensif, sehingga dengan teknik ini diharapkan dapat merubah paradigma pengelolaan ZIS tradisional menjadi suatu sistem yang lebih professional. Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan dua model strategi yaitu; Above the line dan bellow the line.²⁰

- 1) Above the line, yaitu komunikasi melalui media massa dan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan brand atau merk berbasis media elektronik. Seperti TV, Radio, Koran dan media lainnya.
- 2) Bellow the line, yaitu teknik periklanan yang lebih spesifik dalam memasarkan produk atau layanannya yang dapat berupa aktivitas yang berhubungan atau berinteraksi secara langsung dengan donatur, seperti contohnya:
 - (a) Kanvasing merupakan kegiatan marketing yang dilakukan setiap lembaga secara door to door atau bertemu langsung dengan donatur atau masyarakat.
 - (b) Sebar Brosur yakni mempromosikan program-program yang ada di Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan selebaran yang sudah di desain sedemikian. Tujuannya agar masyarakat tahu program-program yang ada di lembaga sehingga tertarik untuk menyalurkan dananya.
 - (c) Telemarketing adalah bentuk direct marketing yang efektif terutama untuk donasi berulang dan mampu memberikan kesan dan interaktif. Kegiatan ini dilakukan untuk menjalin silaturahmi kepada donatur yang sudah menyalurkan dananya di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.
 - (d) Directmail adalah pengiriman surat penawaran yang ditujukan langsung kepada para calon donatur melalui email, mobail mail sms, faxmail.

²⁰Wawancara, Satriyo Prajap, 23 oktober 2017, pukul 16.10

(e) Membuka konter adalah cara komunikasi yang cukup baik untuk dilakukan, dan sasaran berada di titik pusat perbelanjaan (supermarket) dan perkantoran dalam rangka untuk melakukan komunikasi sosialisasi dan edukasi, disamping melakukan seminar dan diskusi publik.

c) Majalah Mutiara Harapan

Majalah Mutiara Harapan merupakan majalah yang berisi seputar info tentang kegiatan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Tujuan dari diciptakan majalah ini adalah untuk memenuhi kebutuhan donatur akan informasi tentang Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Majalah ini berisi tentang program-program, informasi mengenai kebaikan bersedekah, dana yang sudah terkumpul dan penyalurannya, dan info seputar Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Program-program terbaru yang akan dilaksanakan akan disajikan di dalam Majalah Mutiara Harapan, sehingga donatur akan semakin tertarik dengan berbagai macam program yang di tawarkan

Selain itu, majalah ini diberikan kepada donatur untuk memberikan informasi seputar lembaga dan juga sebagai pelaporan dana yang sudah didayagunakan. Laporan dana akan dikemas secara baik dari mulai penerimaan, pengelolaan, hingga penyalurannya semua dilaporkan di dalam majalah tersebut. Sistem pelaporan juga disajikan secara apa adanya sesuai dana masuk hingga keluar untuk berbagai kegiatan.

Majalah ini juga dibuat sebagai strategi Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk menjalin silaturahmi kepada para donatur. Donatur akan merasa kepercayaanya tidak sia-sia setelah memberikan dananya kepada lembaga. Karena kepercayaan akan menimbulkan kepuasan sehingga akan memberitahu kepada masyarakat untuk memberikan dananya kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Selain merasa puas, donatur bahkan menunggu terbitnya majalah yang tidak sabar untuk melihat info seputar lembaga Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang diterbitkan setiap tiga bulan sekali.

Selain menggunakan strategi tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga menggunakan manajemen penggalangan dana dan layanan donatur. Pelayanan ini diberikan untuk dapat memberikan kemudahan dan mempromosikan kepada masyarakat yang ingin menyalurkan dananya di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Manajemen penggalangan dana yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah meliputi:

a) Kampanye Ziswaf.

Kampanye yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah menyampaikan pentingnya dalam membayar ziswaf pada masyarakat untuk diberikan pada sesama yakni mustahik. Kegiatan ini dilakukan untuk memberi informasi dan menyadarkan untuk memberikan dana ziswaf. Cara yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah meliputi berbagai media yang di punyai yakni FB (Dompot Dhuafa Jateng), Instagram (@ddjateng), Web (www.Jateng.dompetdhuafa.id) dan Youtube. Kampanye juga dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah di acara CFD (Car Free Day) Simpang Lima Semarang, untuk mempromosikan program-program yang dicanangkan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

b) Kerjasama Program.

Kerjasama dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan mitra yang loyal, karena dengan bermitra akan menjadikan program dapat direalisasikan dengan cepat. Yang sedang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah yakni menggandeng mitra dengan KSPPS dan Yayasan lokal untuk memungut dana zakat dan disalurkan di daerah masing-masing di Jawa Tengah.

c) Seminar dan diskusi.

Strategi ini dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan melakukan seminar dan diskusi di Perguruan Tinggi yang membidik kawula muda untuk sadar dalam membayar zakat. Beberapa kali melakukan seminar umum di Perguruan Tinggi yakni di IAIN Pekalongan mengenai dakwah pemberdayaan, IAIN Salatiga tentang pendayagunaan zakat. Kegiatan yang serupa juga dilakukan yakni berdiskusi dengan komunitas-komunitas yang ada di Semarang.

d) Pemanfaatan Rekening Bank.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah memberikan kemudahan donatur dalam menyalurkan dananya lewat rekening bank. Di Dompot Dhuafa Jawa Tengah strategi yang ditekankan untuk menggalang dana yakni dari cara transfer rekening. Karena layanan ini memberikan kemudahan untuk donatur dalam menyalurkan dana. Melihat kondisi masyarakat yang

sebagian besar adalah pegawai perkantoran dan para pekerja membuat layanan ini banyak diminati oleh donatur. Tidak usah repot-repot datang ke kantor Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk menyalurkan zakat.²¹ Rekening Dompot Dhuafa Jateng (*Rekening atas nama Yayasan Dompot Dhuafa Republika*)

Zakat

- 1) BNI Syariah 33.11.55.77.41
- 2) Mandiri 135.000.999.6909
- 3) BCA 009.535.948.1

Infaq

- 1) BNI Syariah 33.11.55.77.29
- 2) Mandiri 135.000.999.6875
- 3) BCA 009.535.947.2

Wakaf

- 1) BRI Syariah 103.076.630.6

Sedangkan manajemen pelayanan donatur yang dilakukan antara lain:

- a) Melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam mempertahankan dan mendata donatur sangatlah baik dengan layanan rohani yang menjadi andalan. Dengan menyampaikan program-program berbasis pemberdayaan dan layanan rohani yang dimiliki lembaga. Ini dibuktikan dengan semakin bertambahnya donatur yang loyal dan setia kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Tercatat dari pertamanya berdiri sejak tahun 2012 kini sudah ada 3.815 orang donatur per Oktober 2017.

- b) Menerima keluhan donatur dan masyarakat luas.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam pelayanannya selalu menerima keluhan dari donatur dengan menggunakan cara telemarketing. Staff dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah menanyakan kepada donatur apakah ada masukan atau tidak untuk Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Apabila ada masukan atau keluhan yang disampaikan, semua akan ditampung dan dicari akar permasalahan, selanjutnya akan dicarikan solusinya.

²¹Wawancara, Satriya Prajap tanggal 23 oktober 2017, 16.10

c) *Follow up* keluhan-keluhan yang ada.

Keluhan-keluhan yang sudah ditampung akan diselesaikan sesuai dengan keluhan yang disampaikan oleh donatur. Misalkan untuk pembukaan rekening baru, Dompot Dhuafa Jawa Tengah harus melaporkan dulu kepada Dompot Dhuafa pusat apakah diperoleh. Misal mengenai pelaporan dana yang belum sampai, dicari permasalahannya mungkin rumah dari donatur sudah pindah dan nantinya akan ditanyakan alamat rumah yang baru.

2. Upaya Devisi *Fundraising* dalam mengembangkan Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Sebenarnya Dompot Dhuafa secara nasional mempunyai fokus terhadap 4 bidang, yaitu ekonomi, kesehatan, sosial dan pendidikan. Sedangkan Dompot Dhuafa Jawa Tengah karena masih terbatas pada hal sumber daya manusia maupun non manusia, maka memilih fokus pada satu atau dua bidang saja, yakni ekonomi pemberdayaan dan kesehatan. Kota Semarang yang menjadi lokasi kantor Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai fokus pada program ekonomi, juga meliputi daerah sekitarnya. Dan Kota Purwokerto ditunjuk sebagai klinik Layanan Kesehatan Cuma-Cuma (LKC) karena adanya rumah wakaf yang dijadikan fokus kesehatan bagi mustahik yang membutuhkan.²²

Strategi dan pendekatan yang Dompot Dhuafa Jawa Tengah gunakan adalah untuk pemberdayaan masyarakat miskin di pedesaan dengan menggali potensi lokal yang ada. Langkah pertama dan utama adalah dengan mengidentifikasi dan melakukan penilaian atas kelayakan lokasi, dalam konteks ini penilaian dilakukan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat, *problem* yang terjadi dan menganalisis potensi yang ada. Berangkat dari motivasi tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah selalu mengembangkan strategi *fundraising* yang efektif dan efisien untuk mengelola dana sebanyak-banyaknya.

Pengembangan *fundraising*, harus sesuai dengan koridor yang telah ditetapkan, tidak boleh keluar dari sistem yang sudah ada agar sesuai dengan visi misi yang telah dibuat. Apabila sistem berubah maka harus disesuaikan kembali, merubah sistem atau peningkatan sistem (*continues approufment*) perbaikan

²²Wawancara, Imam Baihaqi, 13/09/2017/10.00.

secara berkelanjutan. Sistem ini digunakan untuk memperbaiki pekerjaan, menertibkan pekerjaan, dan mengamankan pekerjaan, apabila ada kekurangan ditambahi dan apabila ada kerusakan diperbaiki.²³

Berikut pengembangan *fundraising* yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah.²⁴

a) MPZ (Mitra Pengelola Zakat)

Kemitraan akan terus dikembangkan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah karena dengan adanya sinergi dari seluruh lini akan menambahkan kekuatan Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam melakukan program pengentasan kemiskinan. Jika Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukannya sendiri maka akan kuwalahan. Akan tetapi jika dibantu oleh banyak orang dengan sistem kemitraan maka program akan berjalan dengan lancar dan pengentasan kemiskinan akan lebih mudah. Motivasi lainnya yang coba dicapai adalah ingin menumbuhkan lembaga lokal dalam mengelola dana ziswaf.

Motivasi lainnya adalah pengalaman dari suksesnya program-program yang telah dilaksanakan. Berbagai program berbasis kawasan seperti pertanian, perkebunan, peternakan, dan sosial (Rumah Tumbuh) dapat berjalan dengan baik dengan bermitra. Dengan bukti kerja keras tersebut dan hasil yang telah dicapai pastinya bermitra akan menjadikan program dapat berjalan sukses sehingga banyak mustahik yang terbantu.

b) *Digital Fundraising*

Fokus pengembangan strategi *fundraising* di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah pada masyarakat untuk mendonasikan dananya secara digital agar mudah dalam melakukan menyalurkan dananya. Dengan gencar menggunakan rekening untuk memberikan layanan transfer zakat. Karena semakin berkembangnya zaman, sebagian donatur dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah menyalurkan dananya lewat transfer.

Pemanfaatan perkembangan media menjadi acuan dari lembaga untuk selalu gencar dalam mempromosikan ziswaf secara *digital*. Selain lebih murah, cara promosi ini juga lebih efektif dan efisien karena masyarakat sekarang ini banyak yang menggunakan media digital seperti media sosial

²³Wawancara, Satriya Prajap tanggal 23 oktober 2017, 16.10

²⁴Wawancara, Imam Baihaqi, 13/09/2017/10.00.

sekarang ini. Strategi yang digunakan dalam *Digital Fundraising*, memanfaatkan sosial media yang ada seperti Facebook, Tweeter, Instagram, Youtube.

c) Bekerjasama dengan operator kartu sim

Pengembangan yang lainnya adalah bekerja sama dengan operator kartu sim untuk menggalang dana ziswaf. Sistemnya bisa dibuat sedemikian rupa agar dapat mengirimkan donasi lewat format SMS. Ada format SMS yang bisa menstransfer dana misal formatnya ketik nominal 5000 atau 10.000 kemudian kirim ke Dompot Dhuafa Jawa Tengah, akan memudahkan muzaki dalam menyalurkan dananya.

d) Bekerjasama dengan aplikasi online

Banyak toko-toko online bermunculan di internet yang akan dimanfaatkan Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana. Misalnya dalam layar beranda toko online ada bagian slot untuk mengeklik donasi sedekah atau zakat berapa kemudian nanti masuknya ke Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Aplikasi ojek online juga banyak bermunculan yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat dalam kesehariannya. Misalnya dalam aplikasi Gojek, di dalam aplikasi tersebut ada pilihan Gopay yang akan dimanfaatkan Dompot Dhuafa Jawa Tengah apakah seseorang bisa membayar sedekah lewat Gopay. Yang melatarbelakangi ini adalah sekarang banyak yang menjadi Gojek dan banyak mempunyai saldo Gopay. Gopay yang mempunyai layanan transfer Gopay diharapkan para pengguna Gojek bisa menstransferkan saldonya misal Rp. 1000 atau Rp. 2000.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat strategi *fundraising* Dompot Dhuafa Jawa Tengah

1. Faktor pendukung Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah :

a) Letak geografis Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Secara letak geografis Semarang merupakan salah satu kota yang berpenduduk banyak di Indonesia yang terletak di Jawa Tengah. Masyarakat di kota Semarang yang banyak penduduknya yang banyak bekerja sebagai pegawai di sebuah perusahaan membuat pencarian dana dapat difokuskan. Cakupan kerja yang luas juga dapat membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat menggalang dana dari seluruh Kota/Kabupaten di Jawa Tengah.

b) Mempunyai payung hukum yang jelas.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah merupakan cabang dan berinduk pada Dompot Dhuafa Republika di pusat Jakarta. Dompot Dhuafa Republika sudah dikukuhkan menjadi Lembaga Amil Zakat tingkat Nasional dan mempunyai payung hukum yang jelas.

Legalitas yang telah dipunyai dapat menyiarkan ziswaf pada calon donatur-donatur yang loyal di masyarakat perkotaan di Semarang sampai ke daerah lain di Jawa Tengah. Legalitas ini juga diberikan kepada mitra-mitra atas nama Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk menghimpun ziswaf. Dengan legalitas pastinya akan dianggap baik secara hukum negara sehingga bekerjanya dapat merasa tenang dan nyaman.

c) Manajemen pengelolaan zakat yang baik.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana menggunakan aplikasi yang diberi nama DASY. Aplikasi ini digunakan untuk mencatat dana yang telah dihimpun dan nantinya akan dicatat sesuai dana apakah termasuk zakat, infaq, shodaqoh. Penyalurannya juga disesuaikan dana yang telah masuk tersebut. Dengan menyesuaikan dana dan disalurkan dalam bentuk program. Pelaporannya juga disampaikan kepada masyarakat dan donatur mengenai dana digunakan untuk apa saja lewat media sosial dan majalah yang diterbitkan.

d) Mempunyai program unggulan yakni pemberdayaan ekonomi dan kesehatan.

Program ini merupakan program unggulan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang menjadi rujukan dari berbagai LAZ yang ada di kota Semarang. Dengan program tersebut donatur lebih tertarik dalam menyalurkan dananya dan menjadi donatur yang loyal sehingga banyak program pemberdayaan dapat berjalan dengan maksimal. Pemilihan program pemberdayaan juga menyesuaikan potensi-potensi lokal yang berada di daerah. Sehingga masyarakat di daerah diharapkan bisa terangkat taraf kehidupannya dan dapat diberdayakan secara maksimal dan akhirnya banyak orang yang terbantu dengan adanya keberadaan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah di tengah-tengah masyarakat.

e) Memanfaatkan media sosial dan rekening bank

Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan zakat menjadi kelebihan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah karena memaksimalkan semua seperti fb, youtube, tweeter dan instagram. Layanan rekening bank Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi favorit muzaki dalam menyalurkan dananya karena lebih mudah dan simpel.²⁵

2. Sedangkan faktor penghambat Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah:

a) Banyak perusahaan yang belum bisa diajak kerjasama

Strategi yang bisa digunakan adalah bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang memiliki karyawan yang cukup banyak. Kerja sama ini akan mempermudah dalam menggalang dana ziswaf, karena promosi tidak membutuhkan tenaga dan biaya yang ekstra untuk menjaring muzaki. Permasalahan ini karena tidak semua perusahaan memiliki UPZ untuk menggalang dana ziswaf.

b) Komunikasi dari internal Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Faktor komunikasi internal menjadi salah satu kendala di Dompot Dhuafa Jawa Tengah yakni keterbatasan pengetahuan SDM, keterbatasan fasilitas yang ada, dan ketidakmampuan lembaga. Kendala ini cukup sulit diatasi oleh lembaga karena kekurangan dari lembaga itu sendiri.

c) Faktor Eksternal Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Faktor eksternal dari lembaga juga mempengaruhi penerimaan dana ziswaf. Kendala yang dialami tersebut yakni faktor ekonomi masyarakat, kesadaran masyarakat, dan kebijakan dari pemerintah mengenai zakat. Faktor-faktor tersebut menjadi hal yang sering dialami oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah sehingga penggalangan ziswaf menjadi tersendat.

d) Tantangan zaman yang semakin berkembang.

Berkemangnya zaman dan semakin majunya teknologi dapat mempengaruhi pola pikir dari masyarakat. Kebiasaan dari masyarakat yang ingin semuanya berjalan secara praktis harus bisa diikuti oleh LAZ. Permasalahan ini membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah cukup kuwalahan dalam mencari strategi yang tepat dalam penggalangan dana.²⁶

²⁵Wawancara, Imam Baihaqi, 13/09/2017/10.00.

²⁶Wawancara, Satriya Prajap tanggal 23 oktober 2017, 16.10

BAB IV

ANALISIS STRATEGI *FUNDRAISING*, FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH

A. Analisis Pelaksanaan Strategi *Fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Penghimpunan dan pengelolaan zakat memang sudah diperintahkan dalam al Qur'an dan negara Indonesia sudah mengatur itu dalam undang-undang. Dalam al-Qur'an surat At-Taubah ayat 103 diterangkan bahwa kata "*khudz*" yang bisa bermakna perintah, yakni perintah untuk menghimpun zakat. Penghimpunan dilakukan oleh pemerintah (BAZNAS) atau swasta (LAZ) yang telah ditunjuk sebagai amil dan selanjutnya dikelola untuk disalurkan kepada mustahik. Penyaluran dana juga harus hati-hati dan disesuaikan dengan berkembangnya zaman karena mustahiq juga memiliki kriteria yang berbeda dari zaman terdahulu.

Berkembangnya zaman, harta yang masuk dalam kategori zakat cukup beragam, salah satunya adalah zakat penghasilan dan masih banyak lagi. Perkembangan ini tidak diikuti oleh pemahaman masyarakat akan pentingnya membayar zakat. Edukasi tentang pentingnya menyalurkan zakat perlu dilakukan guna pengentasan kemiskinan akan cepat dilakukan. Selain pemahaman akan pentingnya membayar zakat, amil juga perlu memberikan kepercayaan terhadap muzaki dengan mengelola dana zakat yang terkumpul untuk disalurkan dan dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan syariah.

Pokok yang sangat penting dalam pengelolaan zakat adalah, pengumpulan dana (*fundraising*) dan pendistribusian. *Fundraising* dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dana dan sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional lembaga. Yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut. Lebih jauh lagi, dapat dikatakan bahwa proses pengumpulan zakat di badan amil tingkat negeri maupun swasta dalam konteks masa kini sudah banyak mengikuti konsep *fundraising*.

Sumber utama dari *fundraising* zakat adalah *muzaki*, mengingat proses *fundraising* zakat merupakan hal yang sangat mendasar bagi upaya pengelolaan zakat. Pihak-pihak yang terkait dan telah diberi wewenang dalam pengelolaan zakat, harus mampu meyakinkan masyarakat muslim mengenai pentingnya zakat. Ketika

pemenuhan akan kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan zakat terpenuhi, maka kegiatan pengelolaan dalam amil zakat menjadi sukses dan tujuan dari *fundraising* bisa tercapai.

Tujuan dari *fundraising* adalah menghimpun dana zakat, memperbanyak muzaki, meningkatkan citra lembaga, menghimpun simpatisan atau relasi pendukung, meningkatkan kepuasan muzaki. Dari semua tujuan fundraising tersebut, mencapai kepuasan muzaki adalah tujuan pada tingkatan tertinggi, karena kepuasan muzaki bukan hanya memperdalam kepercayaan publik kepada lembaga pengelola zakat, tetapi juga merupakan asset yang harus dipertahankan dalam jangka panjang. Bisa dikatakan muzaki akan menjadi promotor alami dalam hal penyampaian zakat kepada masyarakat muslim, hal ini berguna sekali untuk meringankan *fundraiser* dalam memasarkan pelayanan zakat kepada calon muzaki. Karena pelayanan zakat merupakan salah satu pelayanan rohani yang akan selalu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan di lembaga pengelola zakat.

Kepuasan pelayanan rohani ini, selalu di utamakan dalam Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dompot Dhuafa Jawa Tengah memberikan pelayanan yang amanah dan profesional di setiap pekerjaan dalam mengelola dana zakat. Motivasi yang selalu di pegang teguh adalah agar semakin banyak orang terbantu mendapatkan manfaat dari keberadaan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Motivasi seorang *fundraiser* di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah untuk membantu mustahik, menegakkan syariat, hukum zakat, dan melaksanakan perintah Allah SWT.

Pengelolaan zakat di lembaga Dompot Dhuafa Republika bersifat otonom dalam memberikan mandat kepada cabang-cabangnya di daerah yang memiliki kantor di wilayah, tak terkecuali Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Kebijakan tersebut menjadikan Dompot Dhuafa Jawa Tengah diberi wewenang untuk mengelola lembaga sendiri, mengembangkan sendiri, menghimpun dana sendiri dan menyalurkan dana sendiri. Dana dihimpun oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah disalurkan di wilayah Jawa Tengah, tidak ada dana yang dikirim di pusat. Misal ada program dari pusat, lembaga mendapat dana tambahan untuk merealisasikan program yang sudah diberikan dari pusat.

Pengelolaan dalam internal Dompot Dhuafa Jawa Tengah selalu di utamakan dalam bentuk manajerial dan sistematis. Visi dan misi Dompot Dhuafa Jawa Tengah sudah jelas dan direalisasikan dalam bentuk program baik pendidikan, sosial kemanusiaan, kesehatan, dan ekonomi. Yang menjadi nilai lebih adalah di Dompot

Dhuafa Jawa Tengah melakukan pemberdayaan secara menyeluruh. Program pemberdayaan di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi bahan rujukan dari lembaga zakat yang lain yakni pemberdayaan kesehatan dan ekonomi. Seperti pemberdayaan kesehatan, Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai LKC (layanan kesehatan Cuma-Cuma) di Kabupaten Purwokerto yang memberikan layanan kesehatan secara gratis.

Pemberdayaan ekonomi Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga menjadi program unggulan untuk mempercepat dalam pengentasan kemiskinan terutama di daerah Jawa Tengah. Program tersebut dibuat dengan memanfaatkan keunggulan lokal di tiap-tiap daerah. Dengan program pemberdayaan ekonomi dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat yang ada di daerah. Beberapa program sudah terlaksana Kebun buah Suruh (Salatiga), Kampung Ternak di Mijen (Semarang), Kebun Sayur (Asparagus) di Wonosobo, Kebun Kopi di Desa Kemloko (Temanggung), Waralaba sosial meliputi Tahu Mercon dan Mindoan Bang Sidik di kota Semarang, Kebun Kopi di Desa Kemloko (Temanggung).

Program-program yang semakin beragam dengan tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin tinggi, membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah ingin selalu meningkatkan pelayanan dan meyakinkan muzaki. Pelayanan dan kepercayaan tidak bisa timbul begitu saja tanpa adanya manajemen strategi yang matang. Pengelolaan yang hati-hati dalam penyaluran setiap dana yang telah diterima oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Pemilihan program yang tepat di setiap daerah di Jawa Tengah dan prosedur lainnya. Hal ini merupakan Manajemen Strategi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang selalu ditingkatkan untuk terus mengikuti perkembangan zaman.

Sistem pengelolaan di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan manajemen strategi guna menyesuaikan strategi *fundraising* yang tepat untuk di eksekusi.

1. Analisis Pelaksanaan Manajemen Strategi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah

a) Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi. Kegiatan ini diharapkan bisa mengembangkan visi dan misi organisasi, mengidentifikasi peluang serta ancaman internal dan eksternal organisasi, menemukan kekuatan dan kelemahan internal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi dan memilih strategi tertentu untuk digunakan. Pemilihan

strategi yang tepat pada lembaga pengelola zakat akan membuat lembaga semakin berkembang dan bisa menjalankan program-programnya.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah selaku lembaga pengelola zakat juga merumuskan strategi sebelum menentukan donatur yang tepat dan wilayah yang sesuai untuk digalang dananya. Di Dompot Dhuafa Jawa Tengah setiap kali ada perencanaan, perubahan pasti dilakukan rapat terlebih dahulu. Setiap akhir tahun Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan kegiatan yang namanya RENSRA (Rapat Rencana Strategis). Jajaran manajemen melakukan evaluasi kinerja organisasi selama satu tahun. Melakukan evaluasi kegiatan yang telah direncanakan, dan merencanakan program kerja di tahun selanjutnya. Termasuk Perkembangan Organisasi, apabila ada perubahan struktur, ada perubahan jumlah departemen, perubahan strategi, perubahan apapun direncanakan di rapat RENSRA.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai perencanaan setiap tahun. Ada juga perencanaan lima tahun yang dilaksanakan pada rapat RENSRA (Rapat Rencana Strategis). Jadi berjangka, perencanaan dilakukan selama 5 tahun kedepan dan setiap tahunnya melakukan evaluasi dan disesuaikan apakah perencanaan sudah sesuai dengan perkembangan zaman. Apabila belum sesuai maka dalam agenda evaluasi setiap tahunnya akan membahas tentang penyesuaian perencanaan lima tahun.

Perencanaan ini menjadi gerbang utama sebelum semua kegiatan dimulai. Tak terkecuali dalam divisi *fundraising* juga membahas strategi yang tepat untuk menggalang dana pada calon muzaki. Para donatur di Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang sangat beragam, dan setiap donatur juga menggunakan strategi yang berbeda sehingga harus disesuaikan. Penyesuaian seperti ini akan direncanakan pada saat perumusan strategi. Dengan membuat perencanaan strategi, *fundraiser* dapat bekerja sesuai dengan rencana dan kategori donatur sudah bisa digalang donasinya.

Kategori donatur di Dompot Dhuafa Jawa Tengah yakni ada donatur retail dan donatur korporat. Perencanaan strategi yang digunakan juga berbeda. Ini akan lebih efektif dan efisien karena donatur akan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan kapasitas donatur sendiri. Dengan pemilihan strategi tersebut membuat staff bidang *fundraiser* dapat optimal dengan melakukan pendekatan-pendekatan sesuai rencana yang ditetapkan.

b) Pelaksanaan Strategi

Tahap kedua dari manajemen strategi adalah pelaksanaan strategi yang berarti meletakkan strategi menjadi kegiatan. Dalam konteks pelaksanaan strategi ini organisasi diharuskan untuk menetapkan sasaran, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi dapat dilaksanakan dengan baik. Pelaksanaan strategi sering disebut tahap tindakan dalam manajemen strategis, hal ini lebih merupakan seni dari pada ilmu.

Pelaksanaan strategi yang digunakan Dompot Dhuafa Jawa Tengah tergantung pada calon muzaki yang akan dituju. Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai donatur ritail dan korporat, kalau donatur ritail menggunakan strategi secara langsung menggunakan komunikasi telepon, sms, WA, flyering, canvasing. Donatur korporat menggunakan strategi tidak langsung yakni menggunakan proposal, (proposal masuk, audiensi, lakukan program). Donatur juga dapat menyalurkan dananya lewat transfer zakat, datang ke kantor, jemput zakat dan datang ke conter-conter yang dibuka.

Selain itu juga, strategi pelayanan rohani menjadi salah satu andalan Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk melayani masyarakat, yakni dengan membina kelompok-kelompok pengajian. Mengirimkan dai ambasador di desa binaan, yakni desa kalialang Gunung Pati Semarang untuk dakwah. Dengan pelayanan rohani seperti ini masyarakat akan terketuk hatinya, sehingga Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat dikenal oleh masyarakat. Setelah mendapat perhatian dan mengena di hati masyarakat efektifitas dalam menggalang dana dapat terealisasi.

Pelaksanaan efektifitas dalam menggalang dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah hari besar Islam seperti bulan Ramadhan dan hari raya Qurban. Waktu bencana melanda di daerah seluruh indonesia, juga digunakan untuk menggalangan dana sehingga bantuan dapat cepat disalurkan. Pemilihan waktu ini sesuai dengan perencanaan strategi karena pada waktu ini masyarakat sedang giat melakukan ibadah. Alasan tersebut dimanfaatkan oleh Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk gencar menyampaikan zakat kepada masyarakat

Pada hari-hari biasa Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga melakukan penggalangan dana pada rentang tanggal 25-5 di setiap bulannya, alasannya adalah sebagian donatur Dompot Dhuafa Jawa Tengah memperoleh hasil upahnya dalam bekerja. Pemilihan waktu ini juga diperhatikan dalam menggalang dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Walaupun setiap hari ada peluang untuk menggalang donasi akan tetapi lebih banyak jika menggalang di rentang tanggal 25-5.

Kegiatan ini telah direncanakan sebelumnya dan selalu disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang ada. Penyesuaian hal yang tidak bisa dihindarkan dalam melaksanakan strategi karena kegiatan *fundraising* tidak bisa lepas dari kondisi masyarakat. Maka dari itu kebiasaan masyarakat yang akan menjadi calon muzaki menjadi acuan utama dalam penerapan strategi.

c) Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam manajemen strategis adalah evaluasi dari strategi yang telah ditentukan pada awal kegiatan dalam organisasi. Di dalam Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah, evaluasi dilakukan untuk mengetahui kinerja dari berbagai bagian di dalam lembaga. Evaluasi tersebut diberinama KPI (Key Performance Indikator) indikator keberhasilan akan di ukur dari pekerjaan di setiap individu, dan pengalangan secara keseluruhan. Untuk devisi *fundraising* akan melakukan evalusasi setiap pekan, bulanan, satu semester atau enam bulan, dan tahunan diukur targetnya apakah sudah tercapai apa belum, tingkat keberhasilannya berapa untuk evaluasi. Sistem ini digunakan untuk memperbaiki pekerjaan, menertibkan pekerjaan, dan mengamankan pekerjaan, apabila ada kekurangan ditambahi apabila ada kerusakan diperbaiki.

Evaluasi berkala disetiap kegiatan yang dilakukan *fundraiser* membuat staff *fundraising* dapat menggalang dana secara maksimal. Hal ini dikarenakan, kebiasaan dari masyarakat selalu dievaluasi dan disesuaikan untuk menggalang dana. Dari evaluasi ini, tujuan dari *fundraising* dapat terpenuhi sehingga pengelolaan ziswaf menjadi baik untuk disalurkan kepada mustahik.

Penggunaan manajemen strategi membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah secara perencanaan hingga evaluasi menjadi terorganisir. Metode untuk persiapan

secara dini ini menjadikan pengelolaan zakat menjadi profesional dengan strategi yang telah disesuaikan dengan kondisi masyarakat yang ada. Penyesuaian ini bisa terjadi karena adanya evaluasi berkala disetiap kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi juga menunjang Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk selalu berkembang dalam mencari solusi untuk pemenuhan pelayanan dalam pengelolaan ziswaf di Jawa Tengah khususnya.

Selain menggunakan manajemen strategi, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga melakukan penggalangan dana dengan strategi *fundraising* yakni sistem kemitraan. Strategi ini dilatar belakangi dengan semakin maraknya lembaga amil zakat di daerah yang bekerja sendiri-sendiri tanpa memiliki izin yang sah sesuai dengan undang-undang 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Lembaga yang ada di daerah digandeng oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah supaya lembaga lokal menjadi tumbuh agar tidak menjadi pesaing dalam penggalangan dana zakat dan sehingga pengelolaan zakat menjadi sistematis dan akuntabel.

2. Analisis Pelaksanaan Strategi Kemitraan

Strategi kemitraan. Pertama, tujuannya ingin menumbuhkan lembaga lokal agar Dompot Dhuafa Jawa Tengah tidak menjadi pesaing mereka. Kedua, Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi partner untuk mendorong agar bisa tumbuh dan menggalang donasi di setiap daerah sehingga penggalangan zakat dapat optimal. Maka dari itu dibentuklah mitra dengan nama MPZ (Mitra Pengelola Zakat).

Dompot Dhuafa Jawa Tengah memberikan ijin atau legalitas karena mitra tidak bisa menggalang dana tanpa ada legalitas menurut undang-undang tentang zakat. Jadi mitra diberikan legalitas untuk menggalang dana di masyarakat atas nama Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuat kerjasama program pemberdayaan yang monumental dengan sharing dana masing-masing mitra agar terkumpul banyak sehingga program pemberdayaan akan semakin besar. Program pertanian, perkebunan, program yang berbasis kawasan dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada. Maka dijadikan program yang tujuannya menaikkan taraf hidup petani dan brand daerah, dan mengembangkan daerah tersebut.

Penggunaan sistem Buttom Up atau dari daerah meyampaikan keluhannya kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuat lembaga dapat cepat dalam membantu permasalahan tersebut. Parapetani menyampaikan keluhan kepada

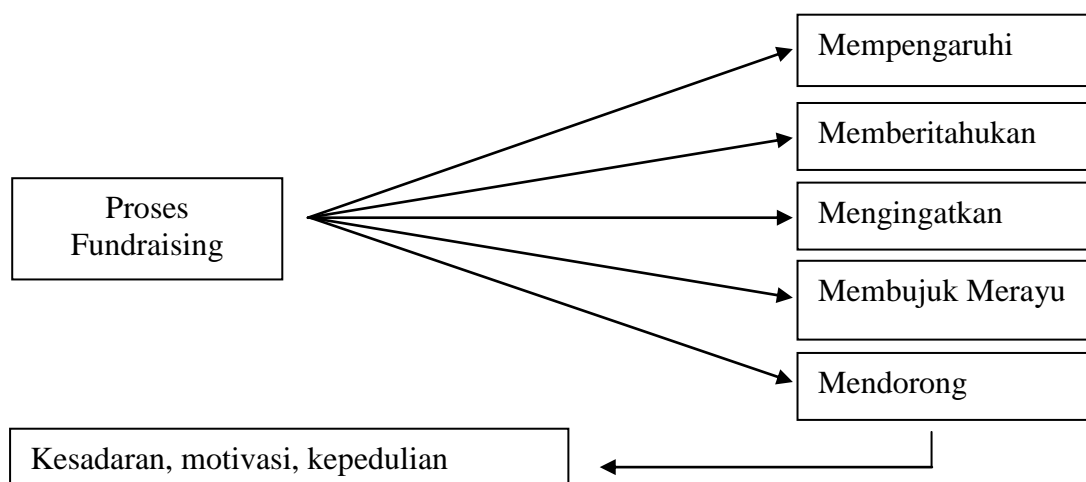
Dompot Dhuafa Jawa Tengah, menyampaikan potensi, keunggulan, dan ide mengenai daerah mereka, kemudian di diskusikan dan Dompot Dhuafa Jawa Tengah menyurvei lokasi jikalau bisa dikembangkan maka akan dilanjutkan kerjasamanya.

Jika Dompot Dhuafa Jawa Tengah tidak melakukan kerjasama maka akan sulit mengentaskan kemiskinan. Akan tetapi jika dibantu oleh banyak orang dengan sistem kemitraan sehingga program akan berjalan dengan lancar dan pengentasan kemiskinan akan lebih mudah. Dengan adanya mitra-mitra disetiap daerah maka muzaki akan semakin dekat dalam memberikan donasinya dan akan merasa lebih dekat emosionalnya. Penggunaan strategi ini membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah menjadi lebih mudah dalam menggalang dana secara baik

3. Analisis Pelaksanaan Strategi *Fundraising*

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam upaya meningkatkan kualitas, kuantitas dan memperkenalkan kepada calon muzaki untuk pengembangan pengelolaan ZIS agar dapat diperdayakan secara optimal menggunakan metode *fundraising*. Dompot Dhuafa Jawa Tengah mengacu pada Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat yang menghendaki adanya sosialisasi kepada masyarakat secara luas. Yakni dengan menggunakan metode efektif dan efisien, yang berarti efektif yaitu tepat sasaran, efisien tepat guna (irit). Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam mensosialisasikan lembaganya mempunyai beberapa teknik yang lebih efisien dan intensif, sehingga dengan teknik ini diharapkan dapat merubah paradigma pengelolaan ziswaf tradisional menjadi suatu sistem yang lebih profesional. Skema *fundraising* yang dapat digambarkan dalam bagan di bawah ini :

Skema 1.1 Proses Fundraising



Dari proses *fundraising* yang telah dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah yakni dari mulai membujuk hingga muncul kepedulian masyarakat sangatlah baik. Semua proses dilakukan bersamaan dengan promosi-promosi yang lainnya. Selanjutnya, Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan penggalangan dana dengan baik sesuai perencanaan dan mengelola dananya dengan sistem pencatatan yang baik

Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam melakukan penggalangan dana dalam pencatatan tidak menggunakan kertas sebagai bukti pembayaran zakat. Dalam menghimpunan dana zakat Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai aplikasi yang diberi nama DESY. Donasi yang telah dihimpun kemudian dimasukkan kedalam aplikasi DESY yang sudah ada pilihan zakat, infaq, shodakoh, wakaf sejumlah dana yang diberikan. Cara ini bertujuan untuk meminimalisir penggunaan kertas dalam pelaporan penggalangan dana sehingga mempermudah kinerja keuangan. Karena meminimalisir penggunaan kertas juga akan ikut melestarikan alam. Sehingga kelestarian alam menjadi awet dan dapat ikut terjaga dengan baik.

Pada umumnya sebuah lembaga amil zakat melakukan dua model metode penghimpunan (*fundraising*) yaitu: metode *fundraising* langsung (*direct fundraising*) dan *fundraising* tidak langsung (*indirect fundraising*). Strategi ini akan mempermudah dalam langkah-langkah yang akan ditempuh selanjutnya

a) Strategi *fundraising* langsung

Metode ini adalah dengan menggunakan teknik atau cara yang melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana proses interaksi dan daya akomodasi terhadap respon donatur bisa seketika (langsung) dilakukan. Sebagai contoh dari metode adalah: *direct mail*, *direct advertising*, *telefundraising* dan presentasi langsung.

b) Strategi *fundraising* tidak langsung

Metode tidak langsung adalah suatu metode yang menggunakan teknik-teknik atau cara-cara yang tidak melibatkan partisipasi donatur secara langsung, yaitu bentuk-bentuk *fundraising* dimana tidak dilakukan dengan memberikan daya akomodasi langsung terhadap respon donatur seketika. Metode ini misalnya dilakukan dengan cara promosi yang mengarah kepada pembentukan citra lembaga yang kuat, tanpa secara

husus diarahkan untuk menjadi transaksi donasi pada saat itu. Sebagai contoh dari metode ini adalah: *Advertorial*, *Image Campaign*, dan penyelenggaraan *Event*.

Metode ini digunakan di Dompot Dhuafa Jawa Tengah, akan tetapi lembaga menggunakan dua model metode yaitu; Above the line dan below the line.¹

a) Above the line

Yaitu komunikasi melalui media massa sebagai sarana mempromosikan brand atau merk berbasis media elektronik. Seperti TV, Radio, Koran, Media Sosial. Strategi ini digunakan untuk masyarakat secara luas dengan memanfaatkan media. Maka dari itu, media menjadi penting untuk memasarkan program-program Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

b) Below the line

Yaitu teknik periklanan yang lebih spesifik dalam memasarkan produk atau layanannya yang dapat berupa aktivitas yang berhubungan atau berinteraksi secara langsung dengan donatur, seperti contohnya:

- a) Kanvasing merupakan kegiatan marketing yang dilakukan setiap lembaga secara door to door atau bertemu langsung dengan donatur atau masyarakat.
- b) Sebar Brosur yakni selebaran yang berisi ajakan atau promosi dalam menyalurkan dananya di Dompot Dhuafa Jawa Tengah.
- c) Telemarketing adalah bentuk direct marketing yang efektif terutama untuk donasi berulang dan mampu memberikan kesan dan interaktif.
- d) Directmail adalah pengiriman surat penawaran yang ditujukan langsung kepada para calon donatur melalui email, mobail mail sms, faxmail.
- e) Membuka konter adalah cara komunikasi yang cukup baik untuk dilakukan, dan sasaran berada di titik pusat perbelanjaan (supermarket) dan perkantoran dalam rangka untuk melakukan komunikasi sosialisasi dan edukasi, disamping melakukan seminar dan diskusi publik.

Metode yang telah dijelaskan di atas, pada dasarnya adalah sama dengan *Direct Fundraising* dan *Indirect Fundraising*, hanya berbeda dalam penyebutan nama saja. Dalam Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan kata Above the line dan Below the Line yang secara teori sama. Kedua metode tersebut adalah sebagai

¹Wawancara, Satriyo Prajap, 23 oktober 2017, pukul 16.10

penunjang dalam kegiatan penghimpunan dana. Karena tanpa adanya metode yang tepat sasaran, maka keberlangsungan kegiatan strategi *fundraising* dalam mencapai target penghimpunan dana ZISWAF tidak dapat berjalan dengan baik. Selain menggunakan kedua metode tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga menggunakan manajemen penggalangan dana dan layanan donatur untuk menunjang pengelolaan ziswaf. Seperti :

- a) Kampanye.
- b) Kerjasama Program.
- c) Seminar dan diskusi.
- d) Pemanfaatan Rekening Bank.

Sedangkan manajemen pelayanan donatur yang dilakukan antara lain:

- a) Melakukan pendataan donatur dengan sistem dokumentasi yang rapi.
- b) Menerima keluhan donatur dan masyarakat luas.
- c) *Follow up* keluhan-keluhan yang ada.

Semua yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah dari mulai metode *fundrasing* sampai pada manajemen penggalangan dana dan layanan donatur membuat pengelolaan ziswaf semakin baik. Mengutamakan pelayanan terhadap masyarakat menjadikan Dompot Dhuafa Jawa Tengah mendapatkan kepercayaan dari muzaki yang telah menyalurkan dananya. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan metode ini dapat mewujudkan tujuan dari *fundraising*.

- a) Menghimpun Dana Ziswaf

Fokus *fundraising* adalah pada masyarakat untuk mendonasikan dananya secara digital agar mudah dalam melakukan pembayaran. Dengan menggunakan *Digital Fundraising*, yakni memanfaatkan sosial media yang ada. FB, Tweeter, Instagram, Youtube.

Melalui semua kanal yang di punyai, Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat menggalang dana lewat donatur korporat dan ritail. Donatur dapat menyalurkan dananya lewat transfer, datang ke kantor, jemput zakat. pelayanan yang lainnya adalah Layanan Rohani yang menjadi salah satu andalan Dompot Dhuafa untuk melayani masyarakat, yakni dengan membina kelompok-kelompok pengajian. Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga hadir di CFD (Car Free Day) Simpang Lima Semarang untuk mempromosikan program dalam menggalang dana ziswaf.

Data dana ZISWAF Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang di terima dari tahun ke tahun dimulai dari berdirinya di tahun 2012.

Tabel2.1 penerimaan dana dari tahun 2012-2016

2012	2013	2014	2015	2016
114.819.501	549.051.085	558.791.129	1.154.182.374	1.651.860.515

Konsistensi Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam mempromosikan program dan pelayanan rohani terhadap masyarakat dapat diterima dengan baik. Ini terbukti dalam jangka waktu tahun 2012 hingga 2016 penerimaan dana ziswaf semakin meningkat.

b) Menghimpun Muzaki

Dengan menggunakan strategi *fundraising* secara Above the line dan Bellow the line dan dengan melakukan pelayanan bimbingan rohani ini merupakan pemenuhan dari kebutuhan muzaki. Metode tersebut membuat donatur setiap tahun bertambah dengan strategi Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang selalu memenuhi kebutuhan masyarakat tentang kerohanian. Jumlah donatur yang sudah loyal kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah tercatat ada 3.815 orang per Oktober 2017. Jumlah tersebut dikatakan sangat banyak mengingat Dompot Dhuafa Jawa Tengah baru berdiri sejak tahun 2012 hingga 2017

c) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga, secara langsung atau tidak langsung.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah mempunyai program yakni ekonomi, sosial, kesehatan dan pendidikan. Program ini semua dijalankan untuk membantu mustahik sehingga dapat terbantu untuk mengentaskan kemiskinan. Pemenuhan akan kebutuhan tersebut menjadikan Dompot Dhuafa Jawa Tengah mendapat perhatian dari masyarakat. Keadaan tersebut secara tidak langsung membentuk dan meningkatkan citra dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

Menyampaikan program dengan apa adanya, dievaluasi bersama dan dibenahi bersama. Akan memberikan dampak yang positif karena muzaki diikut sertakan dalam kegiatan yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Muzaki akan merasa dihargai dan membentuk citra lembaga menjadi baik.

d) Menghimpun *volunteer* dan pendukung

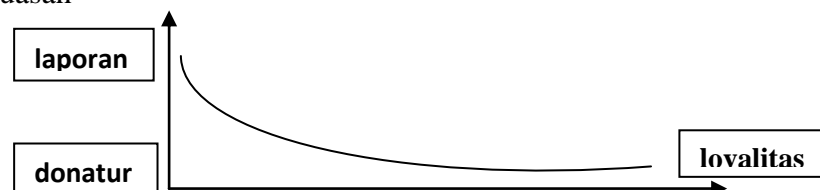
Konsistensi dengan program-program yang dibuat oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuat masyarakat menjadi terdorong untuk ikut serta dalam membantu penyelesaian kemiskinan. Strategi Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang banyak melibatkan mitra membuat program pengentasan kemiskinan menjadi lebih cepat. Dompot Dhuafa Jawa Tengah telah bekerja sama dengan sejumlah mitra, yang sudah bekerja sama dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah yakni ada 66 BMT (KSPPS) dan 1 Yayasan dari seluruh Jawa Tengah. Keberhasilan ini tidak bisa tercapai jika strategi *fundraising* tidak dijalankan dengan baik.

Pendukung lainnya muncul dari berbagai kalangan dari mulai komunitas hingga mahasiswa. Pendukung yang terbentuk secara baik yakni dengan Komunitas Semarang Runner, Saluran Berbagi Untuk Indonesia, KOMABER (Komunitas Mahasiswa Berbagi), Fossei, mahasiswa Etos.

Kampanye yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah terbukti mengena di hati masyarakat sehingga pendukung datang secara suka rela untuk siap sedia dalam membantu program-program yang dibuat.

e) Memuaskan muzaki

Masyarakat yang berdonasi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah kebanyakan tidak menyampaikan keluhan yang dirasakan. Malah donatur yang sudah loyal tidak akan mempermasalahkan donasinya digunakan untuk apa saja, menanyakan laporan perbulan, dan tidak membutuhkan bukti penyaluran dana. Di bandingkan donatur yang baru memberikan donasinya kepada Dompot Dhuafa Jawa Tengah kebanyakan menanyakan perihal dana digunakan untuk apa saja, dan menanyakan laporan bulanan. Tingkat kepuasan dapat dilihat dari skema berikut : Skema 1.2 : tingkat kepuasan



Menurut grafik diatas semakin lama donatur yang mendonasikan dananya lewat Dompot Dhuafa Jawa Tengah akan semakin percaya dan puas dengan manajemen tersebut. Dompot Dhuafa Jawa Tengah sebagai

pelayan dan pemenuhan akan kebutuhan dalam hal rohani keagamaan masyarakat selalu memberikan laporan baik bulanan maupun tahunan, baik melalui majalah, webset, instagram, FB. Harapannya masyarakat menjadi tahu penyaluran dana dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang telah dikumpulkan. Ini membuktikan bahwa strategi yang disampaikan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima dan dirasa pas untuk muzaki.

Langkah-langkah kampanye yang disampaikan Eri Sudewo, menjadi salah satu bagian manajemen pengumpulan dana zakat di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Langkah-langkah kampanye yang dilakukan antara lain dengan melakukan sosialisasi melalui:

- a) Media massa
- b) Film dan Video
- c) *Leaflet/brosur/booklet*
- d) *Portal website*
- e) *Billboard/banner/baliho/spanduk*
- f) Khutbah Jum'at
- g) Orientasi pengurus lembaga pengelola zakat
- h) Gerakan sadar zakat
- i) Desa binaan zakat

Kampanye tersebut dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana. Dompot Dhuafa Jawa Tengah diterima baik dan tujuan dari *fundraising* bisa tercapai. Sehingga dana yang terkumpul dari setiap tahun dapat meningkat secara signifikan dan program-program pemberdayaan menjadi lebih beragam.

4. Analisa Majalah Mutiara Harapan

Majalah Mutiara Harapan merupakan majalah yang berisi seputar info tentang kegiatan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Tujuan dari diciptakan majalah ini adalah untuk memenuhi kebutuhan donatur akan informasi tentang Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Majalah ini berisi tentang program-program, informasi mengenai kebaikan bersedekah, dana yang sudah terkumpul dan penyalurannya, dan info seputar Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Program-program terbaru yang akan dilaksanakan akan disajikan di dalam Majalah Mutiara Harapan, sehingga donatur akan semakin tertarik dengan berbagai macam program yang di tawarkan.

Penggunaan majalah ini sangat efektif untuk melaporkan info dan semua kegiatan yang ada di Dompot Dhuafa Jawa Tengah kepada donatur. Penyajiannya juga di tata dengan rapi dan informatif. Dengan Majalah Mutiara Harapan ini Dompot Dhuafa Jawa Tengah melaporkan semua kegiatan dari mulai penggalangan hingga penyaluran dana. Jadi donatur merasa percaya dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah karena memberikan laporan dan disertai tanda bukti yang jelas di dalam majalah.

Tapi, selain kelebihan dari majalah tersebut, ada kekurangan yang masih menjadi bahan untuk di evaluasi. Yakni secara teknis percetakan, majalah masih berukuran kecil untuk ukuran majalah-majalah yang lainnya. Tak berhenti disitu, pemanfaatan media komunikasi seperti media sosial mungkin bisa menjadi alternatif untuk pelaporan kepada donatur, sehingga dana yang digunakan untuk mencetak majalah bisa digunakan untuk kegiatan yang lain.

Penerapan strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah selama ini telah dilakukan dengan baik. Ini dibuktikan dengan data yang telah penulis peroleh dari lembaga dan disesuaikan dengan teori yang ada. Untuk strategi *fundraising* di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan model *above the line* dan *bellow the line*, yakni secara teori sama dengan strategi *fundraising* langsung dan tidak langsung.

Selain itu, penggunaan manajemen strategi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga direalisasikan dalam bentuk kegiatan yang sudah menjadi agenda rutin. Dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi sudah sesuai dengan teori manajemen strategi.

B. Analisis faktor pendukung dan penghambat dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Potensi zakat di Indonesia jika dikumpulkan akan menghasilkan dana sangat besar. Pengumpulan dana zakat sangat tergantung pada diri muzaki masing-masing. Tak kala para muzaki yang tergerak hatinya sangat banyak, maka dana yang terkumpul akan maksimal. Apabila muzaki masih belum tau akan pentingnya membayar zakat maka pengumpulan zakat tersebut menjadi tersendat. Maka dari itu banyak kendala-kendala yang dihadapi oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menyiarkan agama islam untuk memungut zakat dari para muzaki.

Kegiatan penghimpunan dana (*fundraising*) merupakan hal yang sangat penting bagi Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk menjalankan kegiatan yang telah

direncanakan. *Fundraising* akan sangat mempengaruhi maju mundurnya lembaga sosial tidak terkecuali Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Maju mundurnya lembaga dapat dilihat dari faktor pendukung dan penghambat dengan diberlakukannya penerapan mekanisme strategi *fundraising*. Berdasarkan hasil wawancara, Dompot Dhuafa Jawa Tengah memiliki faktor pendukung dan penghambat dalam strategi *fundraising*. Berikut faktor pendukung dan penghambat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana zakat.

1. Analisis Faktor pendukung Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah :

Faktor pendukung merupakan salah satu penyebab agar penghimpunan dana berjalan dengan lancar dan dapat mencapai target penerimaan dana zakat sesuai yang telah ditentukan. Faktor pendukung tersebut antara lain:

a) Letak geografis

Secara letak geografis Semarang merupakan salah satu kota yang berpenduduk banyak di Indonesia yang terletak di Jawa Tengah. Dompot Dhuafa Jawa Tengah, berada di Semarang dan mempunyai cabang di Purwokerto yang bergerak pada pemberdayaan kesehatan. Cakupan wilayah yang luas membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah diuntungkan dan bisa bekerja secara optimal dalam menggalang dana ziswaf. Keuntungan ini bisa dilihat dari usaha-usaha yang dilakukan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggandeng Mitra Pengelola Zakat sampai ke seluruh wilayah Jawa Tengah.

b) Mempunyai payung hukum yang jelas.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah merupakan cabang dan berinduk pada Dompot Dhuafa Republik di pusat Jakarta. Dompot Dhuafa Republik sudah dikukuhkan menjadi Lembaga Amil Zakat tingkat Nasional dan mempunyai payung hukum yang jelas. Dalam penggalangan dana Dompot Dhuafa Jawa Tengah telah memberikan surat legal bagi Mitra Pengelola Zakat, karena tanpa surat legal mitra tidak bisa memungut zakat sesuai undang-undang tentang pengelolaan zakat.

c) Manajemen pengelolaan zakat yang baik.

Semua dalam melaksanakan kegiatan yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah telah menggunakan manajemen strategi yang berguna untuk mengarahkan pekerjaan. Dari mulai perencanaan, penghimpunan, serta pnyalurannya dilakukan dengan hati-hati. Motivasi dalam hal bekerja sangat

diunggulkan karena mengemban amanah untuk mengelola dana dari umat muslim. Pengelolaan ini terbukti dari mulai penggalangan dana yang masuk dan di catat secara rapi. Penggalangan dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang menggunakan aplikasi DASY dalam pencatatannya sesuai dana yang masuk dan membuat pengelolaan zakat menjadi mudah.

Dana yang masuk langsung bisa diketahui dana apa saja yang telah diterima oleh lembaga. Dana yang masuk langsung bisa diketahui apakah masuk dalam zakat, infaq, shodakoh dan wakaf karena dalam aplikasi DASY sudah ada pilihan untuk memasukan donasi. Penyalurannya juga sangat hati-hati sesuai dengan dana yang telah masuk, apakah itu dana zakat, infaq, shodakoh dan wakaf. Manajemen ini akan terus dikembangkan sesuai kebutuhan untuk menunjang agar pengelolaan ziswaf menjadi lebih baik.

Selain manajemen yang baik, Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga selalu mengkampanyekan kepada masyarakat mengenai manajemen pengelolaan zakat. Dengan menyiarkan ziswaf pada calon donatur-donatur yang loyal dan masyarakat perkotaan di Semarang, membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima baik. Yakni dengan menyampaikan program-program dan memberikan laporan baik lewat sosial media maupun lewat majalah yang telah terbitkan.

d) Mempunyai program unggulan yakni pemberdayaan ekonomi dan kesehatan.

Dompot Dhuafa Jawa Tengah memiliki 4 program yakni pendidikan, kesehatan, sosial dan ekonomi. Akan tetapi yang menjadi fokus di Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah program pemberdayaan ekonomi dan kesehatan juga tidak mengesampingkan program sosial dan pendidikan. Program ini merupakan program unggulan dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah yang menjadi rujukan dari berbagai LAZ yang ada di kota Semarang.

Program pemberdayaan ekonomi dinilai Dompot Dhuafa Jawa Tengah cukup ampuh dalam mengentaskan kemiskinan. Dengan membimbing dan memberikan modal usaha untuk mustahik akan membantu mereka dalam meninggalkan belenggu kemiskinan. Ini terbukti sudah ada program-program pemberdayaan ekonomi dengan memanfaatkan potensi-potensi lokal yang ada di Jawa Tengah. Program pemberdayaan ekonomi ini diterima dengan baik oleh masyarakat dan akan dibentuk terus sehingga semakin banyak yang terbantu akan adanya Dompot Dhuafa di tengah-tengah masyarakat.

e) Memanfaatkan media sosial dan rekening bank

Teknologi semakin canggih dan maraknya media massa maupun sosial sehingga memberikan kemudahan kepada kalangan masyarakat untuk memahami ziswaf. Peluang ini dimanfaatkan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk menggalang donasi lewat media sosial dan memanfaatkan rekening bank. Dari sekian dana yang telah dikelola oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah, muzaki lebih banyak menyalurkan dananya lewat rekening bank. Hal ini dijadikan keunggulan Dompot Dhuafa Jawa Tengah karena muzaki lebih banyak mendonasikan dananya lewat rekening bank.

Keunggulan-keunggulan di atas tersebut yang menjadi peluang bagi Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk dapat menghimpun dana ZIS sesuai target yang telah ditetapkan. Dana tersebut nantinya untuk membantu mustahik dalam mengentaskan kemiskinan.

2. Analisis Faktor penghambat Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Untuk mencapai tujuan sebuah lembaga pasti ada hambatan yang akan ditemuinya, tak terkecuali dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah setidaknya ada lima faktor yang menjadi kelemahan penghimpunan dana pada Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

a) Banyak perusahaan yang belum bisa diajak kerjasama

Strategi yang bisa digunakan adalah bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang memiliki karyawan yang cukup banyak. Kerja sama ini akan mempermudah dalam menggalang dana ziswaf, karena promosi tidak membutuhkan tenaga dan biaya yang ekstra untuk menjaring muzaki. Akan tetapi tidak semua perusahaan memiliki Unit Pengelolaan Zakat di manajemennya. Ini menjadi sulit ketika Dompot Dhuafa Jawa Tengah ingin melakukan kerjasama dalam penggalangan dana.

b) Komunikasi dari internal Dompot Dhuafa Jawa Tengah

(1) Keterbatasan Pengetahuan SDM

Kurangnya jumlah tenaga (SDM) dilapangan dalam melaksanakan kegiatan *fundraising* membuat penggalangan menjadi kurang maksimal. Jumlah sumber daya manusia tanpa disertai dengan pengetahuan yang baik juga akan menjadi kurang efisien. Untuk mengatasi kendala tersebut, Dompot Dhuafa Jawa Tengah perlu meningkatkan SDM karyawan dengan

cara memberikan pelatihan yang diadakan oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah serta sharing antar karyawan terkait dengan kesulitan yang dialaminya

(2) Keterbatasan Fasilitas

Fasilitas seperti alat transportasi, alat komunikasi, alat penanggulangan bencana, dan lainnya sangat diperlukan dalam kegiatan penggalangan dana. Selain untuk kegiatan *fundraising* fasilitas ini juga bisa digunakan untuk penyaluran dana sampai ke pelosok-pelosok daerah di Jawa Tengah.

(3) Ketidakmampuan Lembaga

Pengetahuan masyarakat Jawa Tengah yang masih minim karena kurang gencarnya sosialisasi Dompot Dhuafa Jawa Tengah sehingga masyarakat belum begitu faham. Masyarakat perlu diberikan pengetahuan apa itu penghimpunan (*fundraising*) dan Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Harapannya adalah menghilangkan persepsi masyarakat terhadap lembaga Dompot Dhuafa Jawa Tengah sebagai lembaga peminta-minta serta budaya masyarakat tentang berzakat yang masih suka membayarkan zakat, infak atau sedekahnya langsung kepada mustahik. Jadi komunikasi menjadi sangat penting karena masyarakat menjadi tahu dan paham akan pentingnya menunaikan zakat.

c) Faktor Eksternal Dompot Dhuafa Jawa Tengah

(1) Faktor ekonomi yang sedang terpuruk akan mempengaruhi donasi dari donatur. Kondisi ekonomi donatur yang lagi menurun atau sulit, akan mempengaruhi tingkat donasi dana dari masyarakat. Masalahnya adalah tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin banyak, kebutuhan semakin beragam, membayar sekolah, dan sembako naik itu akan mempengaruhi tingkat donasi ke lembaga Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

(2) Masyarakat yang belum sadar tentang wajib membayar zakat.

Kelemahan dalam menggalang dana ziswaf di Indonesia penyebabnya adalah kurang sadarnya masyarakat dalam menunaikan syariat Islam yakni zakat, infak, sedekah. Pengetahuan zakat sudah disampaikan kepada masyarakat, akan tetapi kesadaran belum bisa muncul dari dalam diri mereka. Apabila kesadaran pada setiap masyarakat yang sudah mampu dapat muncul, pasti dana yang bisa dikumpulkan akan dapat mencapai maksimal.

(3) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan dari pemerintah dalam pengelolaan zakat juga akan mempengaruhi penggalangan dan pengembangan dari lembaga. Semua kegiatan harus sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Karena Lembaga Amil Zakat diatur oleh undang-undang dan hukum yang berlaku di Indonesia.

d) Tantangan zaman yang semakin berkembang.

Perkembangan zaman harus bisa diikuti karena apabila dibiarkan begitu saja maka akan ketinggalan zaman. Masyarakat juga berkembang pola pikirnya seiring zaman yang semakin berkembang dengan meningkatnya teknologi informasi. Perkembangan ini juga harus bisa diikuti Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk bisa menyesuaikan keadaan. Kesulitan dalam mengikuti perkembangan pola pikir masyarakat membuat *fundraiser* cukup kuwalahan, karena harus bisa menyesuaikan strategi yang tepat untuk menggalang dana di masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Simpulan dari uraian strategi *fundraising* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah dan kendala-kendala dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Bahwa Dompot Dhuafa Jawa Tengah telah melaksanakan strategi *fundraising* dengan baik walaupun beda dalam penggunaan istilah. Istilah yang digunakan adalah strategi *above the line* dan *bellow the line* yakni secara teori sama dengan strategi *fundraising* langsung dan strategi *fundraising* tidak langsung

Adapun kesimpulan dari penelitian kali ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi *fundraisng* di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Semua kegiatan yang berhubungan dengan penggalangan dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan Manajemen Strategi. Penggunaan strategi ini untuk mengatur pekerjaan sehingga kegiatan dapat terarah dan mudah untuk dievaluasi.

Strategi *fundraising* Dompot Dhuafa Jawa Tengahselama ini menggunakan metode *Above the line* dan *Bellow the line* yakni secara teori sama dengan *fundraising* secara langsung dan tidak langsung. Penggalangan dana dengan cara memanfaatkan layanan seperti jemput zakat, transfer zakat, bayar langsung di kantor dan memanfaatkan sosial media yang di punyai (FB, instagram, Tweeter, youtube).

Selain itu, Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan strategi kemitraan dalam merealisasikan program-program yang telah direncanakan. Strategi ini dapat diterima baik oleh mitra dan membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat diterima masyarakat. Pencapaian ini tidak lepas dari kerja keras pihak karyawan dan para pendukung-pendukung Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Dengan penyesuaian dari kebiasaan masyarakat dalam penggalangan dana membuat pengelolaan zakat semakin meningkat dan lebih baik lagi. Akan tetapi penyesuaian masih belum bisa maksimal apabila strategi-strategi baru tidak ditemukan untuk menggalang dana.

Pelaporan semua kegiatan di Dompot Dhuafa Jawa Tengah juga diutamakan untuk keterbukaan kepada donatur dan masyarakat umum. Pelaporan disajikan di dalam majalah Mutiara Harapan yang memuat semua informasi lembaga.

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah

Banyak kendala yang dialami oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana. Yakni banyak perusahaan yang belum bisa diajak untuk bermitra, faktor dari internal dan eksternal, dan tantangan perkembangan zaman. Kendala tersebut menjadi acuan Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk selalu memacu dalam perbaikan dalam menunjang kemandirian organisasi.

Faktor penghambat dalam penggalangan dana ziswaf tersebut dapat teratasi dengan menggunakan manajemen strategi, strategi kemitraan dan strategi *fundraising*. Dompot Dhuafa Jawa Tengah menggunakan Manajemen Strategi untuk membuat pekerjaan menjadi terarah, Strategi Kemitraan bertujuan untuk membuat program pemberdayaan yang monumental, menggunakan Metode *Fundraising* untuk penggalangan ziswaf dapat maksimal.

B. Saran

Strategi *fundraising* di laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah memang sudah baik dan berdampak pada penerimaan donasi yang meningkat setiap tahunnya. Penggunaan manajemen strategi dan strategi *fundraising* membuat Dompot Dhuafa Jawa Tengah berhasil membuat program pemberdayaan yang beragam untuk mengentaskan kemiskinan. Akan tetapi penulis sadar masih ada kekurangan dalam hal menggalang dana di Laznas Dompot Dhuafa Jawa Tengah, oleh karena itu ada beberapa saran yang penulis kemukakan disini sebagai berikut :

1. Pelatihan SDM

Pelatihan skill SDM perlu di tingkatkan agar kemampuan dalam mengelola zakat menjadi lebih baik. Dalam *fundraising* pelatihan skill SDM secara profesional perlu dilakukan untuk para *fundraiser* karena ini berhadapan langsung dengan masyarakat. Skill tersebut dapat berupa mampu berkomunikasi dengan jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kemampuan ini tidak bisa timbul begitu saja tanpa ada pelatihan dan pengalaman yang tepat.

Selain itu tanggungjawab dari setiap *fundraiser* tetap diprioritaskan untuk pelayanan ziswaf sampai tuntas. Yakni Mampu melayani secara cepat dan tepat, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang ziswaf, dapat menjelaskan program yang telah dijalankan dan akan dijalankan. Pelayanan seperti ini dapat membuat masyarakat lebih mengerti dan paham akan ziswaf.

Mampu memberikan kepercayaan kepada masyarakat, sehingga masyarakat merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah.

2. Semakin gencar mempromosikan zakat pada masyarakat

Cara ini harus sering dilakukan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran terhadap masyarakat. Masyarakat yang sadar akan ziswaf nantinya pengumpulan dana ziswaf akan maksimal dan nantinya akan dikelola oleh Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk mengentaskan kemiskinan. Karena salah satu kendala yang dialami Dompot Dhuafa Jawa Tengah adalah pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang ziswaf. Hal ini dapat diatasi dengan sering mempromosikan ziswaf kepada masyarakat.

3. Mencari strategi penggalangan baru

Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi seperti media sosial Dompot Dhuafa Jawa Tengah dapat memperkenalkan kepada masyarakat. Tapi tidak sampai disitu, pencarian strategi baru dengan menyesuaikan kebiasaan dari masyarakat harus selalu dikembangkan. Karena penggunaan strategi yang tepat dapat memaksimalkan penggalangan dana ziswaf.

C. Penutup

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga semua amal baiknya mendapatkan pahala dari Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca, serta dapat menjadi sumbangan bagi khazanah ilmu pengetahuan. Demikian semoga Allah SWT selalu menunjukkan kita termasuk orang-orang yang berilmu dan dapat mengamalkannya. *Amin ya Rabbal Alamin.*

Daftar Pustaka

Referensi Buku

- A Yusuf Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana, 2014
- Arifin M., *Ilmu pendidikan Islam, Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner* Jakarta: Bumi Aksara, 1991
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian. Suatu pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Ash- Shiddieqy, Hasbi, *Pedoman Zakat*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984
- Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Daftar Kumulatif Istilah*, Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1994
- Departemen Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Standarisasi Manajemen Zakat*, Jakarta: tnp., 2007
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, Cet II, 1989
- Didin Hafidhuddin dan Ahmad Juwaeni, *Membangun Peradaban Zakat*, Jakarta: IMZ, 2006
- Direktorat Pemberdayaan Zakat, *Manajemen Pengelolaan Zakat*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI, 2009
- Furqon, Ahmad, *Manajemen Zakat*, Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015
- Hadari, Nawawi, *Manajemen Strategik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005
- Hariadi, Bambang, *Strategi Manajemen*, Malang: Banyumedia Publising, 2003
- Imam Wahyono, Sentot, *Manajemen Tata Kelola Manajemen Bisnis*, Surabaya: Indeks, 2008
- Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandalika, *Kumpulan pikiran pikiran dalam pendidikan*, Jakarta: Rajawali, 1982
- Juwaini, Ahmad, *Panduan Direct Mail untuk Fundraising*, Jakarta: Piramedia
- J. Moleong, Lexy, *Metode Penelitian kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013
- Katalog *Dompot Dhuafa*, "Menyantun Dhuafa, Menjalin Ukhuwah dan Membangun Etos Kerja", Semarang: Dompot Dhuafa. 2015
- Katalog Program Ramadhan 1438 H Dompot Dhuafa Jawa Tengah
- Khasanah, Umrotul, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, Malang: UIN Maliki Press, 2010

- M. Bryson John, terj, *Perencanaan Strategis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999
- M. Zen, dkk, *zakat dan wirausaha*, Jakarta: Centre Entrepreneurship Development, 2015
- Majalah Mutiara Harapan Edisi Juni-Juli 2016 *Kurbanesia Berlimpah Keberkahan*.
- Michael Allison, Jude Kaye, terj, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005
- Miftahudin, M, Terj. *Perencanaan Strategis bagi Organisasi Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Mulyadi, *Akuntansi Manajemen: Konsep, Manfaat, dan Rekayasa, Edisi Ketiga*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Mulyana, Deddy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014
- Nasution Mustafa, Edwin, Ketua Umum Ikatan Ahli Ekonomi Islam, *Seminar "Potensi Lembaga Keuangan"*, Universitas Islam Negeri, Rabu 17 januari 2007
- Norton, Michael, terj, *Menggalang Dana: Penuntun bagi Lembaga Swada Masyarakat dan Organisasi Sukarela di Negara-negara Selatan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia 2002
- Nuruddin, *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*, Jakarta: Raja Grafindo, 2006
- Prastowo Andi, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016
- Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Purwanto April, *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*, Jakarta: Teras, 2009
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*
- P. Siagian, Sondang, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995
- Qardawi, Yusuf, *Hukum Zakat*, Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa, 2004
- Rahajoekoesoemah, Datje, *Kamus Belanda-Indonesia*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993
- R David, Fred, terj, *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Salemba Empat, 2016
- Soewandi, Jusuf, *Pengantar Metodologi penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009
- Sudewo, Eri, 2004, *Manajemen Zakat: Tinggalkan 15 Tradisi, Terapkan 4 Prinsip Dasar*, Jakarta: Institute Manajemen Zakat

Tabrani Rusyah, Atang K., Zainal A, *Penekatan Dalam Proses Belajar Mengajar*, Bandung: PT. Remaja Rosada Karya, 1992

Umar, Husein, *Riset Strategi Perusahaan*, Jakarta: PT. GPU, 1999

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat

Widjajanti, Darwina, *Rencana Strategis Fundraising*, Jakarta: Piramedia, 2006

Aeni Cucu, *Pendayagunaan Zakat, Infaq Dan Shadaqoh Melalui Program Dusun Jamur Dompot Dhuafa' Jateng*, Skripsi tidak di publikasikan, Semarang: UIN Walisongo, 2016

Referensi Jurnal

Atik Abidah, "Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo", *Dalam Jurnal. Stain Ponorogo*, Volume 10 No. 1 Tahun 2016

Arman Marwing, "Pendekatan Psikologi Dalam Peningkatan Fundraising Zakat", *Dalam Ejournal IAIN Tulungagung*, Vol. 02, No. 01, Oktober 2015

Murtadho Ridwan, "Analisis Model *Fundraising* Dan Distribusi Dana Zis Di Upz Desa Wonoketingal Karanganyar Demak", dalam *Jurnal STAIN Kudus*, Vol. 10, No. 2, Agustus 2016

Referensi Internet

http://www.dompethuafa.org/page/profil_economy/ind/8 diakses pada tanggal 13/10/2017/10.20.

<http://www.kajianpustaka.com/2016/11/pengertian-tujuan-dan-proses-manajemen-strategi.html> di akses pada 22/10/2017 pukul 20.00

Legalitas Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompethuafa.org/legalitas/> diakses pada tanggal 11/10/2017/12.35)

Sejarah Dompot Dhuafa dalam <http://jateng.dompethuafa.org/sejarah/> diakses tanggal: 2 mei 2017 pukul 21.50

Suparman, "Manajemen Fundraising Penghimpunan Harta Wakaf", 2009, dalam [http://bwi.or.id /index.php/ar/publikasi/artikel/394-manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-harta-wakaf-bagian-1.html](http://bwi.or.id/index.php/ar/publikasi/artikel/394-manajemen-fundraising-dalam-penghimpunan-harta-wakaf-bagian-1.html), diakses pada 16 april 2017

Visi misi Dompot Dhuafa dalam (<http://jateng.dompethuafa.org/visi-misi/> diakses pada tanggal 11/10/2017/12.40)

Wawancara

Wawancara, Imam Baihaqi (Brand Ambassador), 13 juni 2017 jam 09.04

Wawancara, Satriyo Prajap (ketua *Fundraiser*), 23 oktober 2017, pukul 16.10

Wawancara, Yasinta (staff fundraiser), 29/09/2017, 14.10

Lampiran 1

PEDOMAN OBSERVASI

Judul : STRATEGI *FUNDRAISING* DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH

A. Pedoman Observasi Dompot Dhuafa Jawa Tengah

No	Aspek yang di Observasi
1.	Melihat kegiatan dan proses kerja di Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menggalang dana
2.	Mengetahui program-program dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah
3.	Mengamati proses perencanaan strategi dalam menggalang dana
4.	Mengamati strategi dalam mengelola dana zakat
5.	Melihat proses penyaluran dana untuk program pemberdayaan berbasis kawasan

Lampiran 2

Pedoman Wawancara

Manajer Dompot Dhuafa Jawa Tengah : Bpk Imam Baihaqi

1. Bagaimana sejarah LAZ Dompot Dhuafa Jawa Tengah?
2. Apa visi dan misi Dompot Dhuafa Jawa Tengah?
3. Apa saja program kerja Dompot Dhuafa Jawa Tengah?
4. Apa upaya yang dilakukan Dompot Dhuafa Jawa Tengah untuk mengembangkan lembaga?
5. Bagaimana sistem pengelolaan lembaga Dompot Dhuafa dalam memberikan wewenang terhadap setiap cabangnya?

Ketua bidang *fundraising* : bapak Satriya Prajab

1. Bagaimana penerapan strategi fundraising di Dompot Dhuafa Jawa Tengah selama ini?
2. Bagaimana pendekatan dalam menggalang dana di Dompot Dhuafa Jawa Tengah?
3. Kapan waktu yang tepat dalam melakukan penggalangan dana?
4. Dimana biasanya Dompot Dhuafa Jawa Tengah melakukan penggalangan dana?
5. Bagaimana teknik dalam :
 - a. Menghimpun Dana
 - b. Menghimpun Muzaki
 - c. Menghimpun Volunteer atau Relawan
 - d. Meningkatkan Citra DD
 - e. Memuaskan Muzaki
6. Bagaimana kelemahan dan kelebihan dari strategi fundraising ?
7. Bagaimana metode Dompot Dhuafa Jawa Tengah dalam menanggapi keluhan masyarakat?

Lampiran 3

STRATEGI FUNDRAISING DI LAZNAS DOMPET DHUAFA JAWA TENGAH



Gambar 1 : kegiatan bentang spanduk untuk mengajak masyarakat berdonasi di Dompot Dhuafa Jawa Tengah. Salah satu strategi promosi yakni canvassing



Gambar 2 : Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuka conter pelayanan ziswaf di CFD (Car Free Day) Simpang 5 Semarang



Gambar 3 : pegawai dari Dompot Dhuafa Jawa Tengah membuka conter pelayanan donasi ziswaf di Supermarket



Gambar 4 : Foto pemimpin Dompot Dhuafa Jawa Tengah Imam Baihaqi (dua dari kanan) sedang melakukan kerjasama penggalangan donasi dengan LAZ Griya Zakat



Gambar 5 : Dompot Dhuafa Jawa Tengah bekerjasama dengan komunitas Runners Semarang untuk menggalang donasi



Gambar 6 : staff dari KSPPS Hudatama bermitra dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah menyerahkan donasi.



Gambar 7 : Peresmian program Rumah Tumbuh dan Kelompok Usaha oleh UPZ Nurul Barki Perusahaan Indonesia Power bermitra dengan Dompot Dhuafa Jawa Tengah disaksikan oleh pimpinan Dompot Dhuafa Jawa Tengah Bapak Imam Baihaqi



Gambar 8: Kerjasama progam Kampung Ternak di Mijen Semarang yakni Dompot Dhuafa Jawa Tengah dengan UPZ RSI Sultan Agung Semarang

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rizka Yasin Yusuf

Tempat, Tanggal Lahir : Demak, 7 Mei 1995

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Nomer Handphone : 085743447312

Email : rizkayasin7@gmail.com

Alamat : Desa Karang Towo RT 01/RW 02 Kecamatan Karang Tengah
Kabupaten Demak

Orang Tua :Bapak Asmuni, Ibu Masturiyah

Jenjang Pendidikan Formal :

Tahun 2001-2007 : SD N 1 Karang Towo

Tahun 2007-2010 : SMP N 1 Karang Tengah

Tahun 2010-2013 : SMA N 1 Karang Tengah

Tahun 2013-2017 : UIN Walisongo Semarang

Semarang, 28 Desember 2017

Yang Menyatakan

Rizka Yasin Yusuf